



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos generales

Materia: PUBLICIDAD TELEVISIVA

Código: FLC0260

Paralelo:

Periodo : Marzo-2019 a Julio-2019

Profesor: CAMBI ALVARADO DORIAN MARTIN

Correo electrónico dmcambi@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

Código: FLC0249 Materia: PUBLICIDAD II

Código: FLC0254 Materia: PRODUCCION DE VIDEO I

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
5				5

2. Descripción y objetivos de la materia

La asignatura de publicidad televisiva aporta al estudiante los conocimientos necesarios para elaborar spots y material audiovisual a reproducirse en el medio televisivo. De igual manera proporciona los parámetros y las exigencias que implica la realización de productos para la televisión.

Se pretende abarcar aspectos técnicos, compositivos y creativos al momento de desarrollar publicidad televisiva, teniendo en cuenta la naturaleza del espectador en relación al medio. Se tratará los medios con los cuales se debe competir en la actualidad y las ventajas y desventajas que presenta este tipo de comunicación. Incluye un espacio de análisis de publicidades a nivel local e internacional, que permitirá encontrar elementos que ayuden a la elaboración de publicidades de mayor calidad narrativa a nivel de discurso y de estética visual.

Se relaciona directamente con asignaturas como guiones, video I, publicidad, redacción publicitaria, herramientas gráficas, campañas y multimedia.

3. Contenidos

1	Publicidad y Televisión
1.2	Publicidad televisiva y medios digitales (4 horas)
1.3	Tipos de publicidades audiovisuales (4 horas)
1.4	Análisis de publicidades audiovisuales (4 horas)
1.5	Ejercicios de publicidad audiovisual simple (4 horas)
1.1000000000	El rol de la televisión en la publicidad (4 horas)
2	Spots Publicitarios
2.1	El proceso creativo (5 horas)
2.4	Ejercicios de publicidad audiovisual sin producción física (6 horas)
2.2000000000	Guion (4 horas)
2.2999999999	Referencias visuales (5 horas)
3	Producción
3.1	El Diseño de Producción (2 horas)
3.2	Pre-producción (4 horas)
3.3	Producción (4 horas)
3.4	El montaje (4 horas)
3.5	Ejercicio de Language Audiovisual (6 horas)
4	Producción de Trabajo Final
4.0999999999	Realización de Spots Publicitarios de diversa índole (Pre-producción. Producción. Montaje) (20 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
bb. Define y desarrolla técnicas para la creación de productos comunicacionales en formato de video.	
-Analiza spots publicitarios para la obtención de factores que aporten una mayor calidad en la comunicación del mensaje audiovisual.	-Trabajos prácticos - productos
-Estructura y produce spots publicitarios para televisión.	-Trabajos prácticos - productos
-Integra diferentes aplicaciones para el desarrollo de proyectos audiovisuales.	-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Ejercicios de publicidad audiovisual simple	Publicidad y Televisión	APORTE 1	5	Semana: 4 (01/04/19 al 06/04/19)
Trabajos prácticos - productos	Ejercicios de publicidad audiovisual sin producción física	Spots Publicitarios	APORTE 2	10	Semana: 8 (29/04/19 al 02/05/19)
Trabajos prácticos - productos	Ejercicio de Lenguaje Audiovisual	Producción	APORTE 3	15	Semana: 12 (27/05/19 al 01/06/19)
Trabajos prácticos - productos	Realización de Spots Publicitarios de diversa índole	Producción de Trabajo Final	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (14-07-2019 al 20-07-2019)
Trabajos prácticos - productos	Realización de un spot publicitario completo.	Producción de Trabajo Final	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Considerando la naturaleza de la materia, las clases serán ejecutadas en un 30% de teoría y 70% de práctica.

El alumno participará en el análisis y resolución de casos en donde campañas publicitarias reales tendrán que ser adaptadas al formato audiovisual

De la misma manera, se pondrán en práctica los conocimientos del estudiante en el campo de realización visual, para ejecutar spots publicitarios. Se llevará a cabo el rodaje de spots en donde cada estudiante participará en los diferentes roles de una producción: guión, dirección, producción de campo, arte, fotografía, sonido y montaje.

A pesar de que todo el trabajo práctico se ejecutará bajo la guía del profesor, todas las ideas y propuestas creativas puestas en escena, serán en su totalidad creación original del estudiante.

Criterios de Evaluación

- Se evaluará el producto final presentado (Spot audiovisual publicitario y/o ejercicio audiovisual).
- Participación individual del estudiante dentro la producción. (Función específica desempeñada dentro la producción).
- Participación en clase.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Páramo, José Antonio	Espasa	Cine y TV: terminología técnica	2002	
Jay Heizer Barry Render	Pearson	Administración de Producción	2009	
Burrows, Thomas D.	McGraw-Hill	Producción de video: disciplinas y técnicas	2003	

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **07/03/2019**

Estado: **Aprobado**