



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos

Materia: PUBLICIDAD TELEVISIVA
Código: FLC0260
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2020 a Agosto-2020
Profesor: VINTIMILLA UGALDE OSCAR GUSTAVO
Correo electrónico: ovintimilla@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

Código: FLC0249 Materia: PUBLICIDAD II
 Código: FLC0254 Materia: PRODUCCION DE VIDEO I

Nivel: 6

Distribución de horas.

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

2. Descripción y objetivos de la materia

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.

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

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.	Publicidad televisiva: Parámetros, regulaciones y adversidades
1.1.	Tipos de publicidad televisiva y detractores (1 horas)
1.2.	Elaboración de presupuesto, derechos de autor. (2 horas)
2.	Grafismo Televisivo
2.1.	Fundamentos: Función comunicacional y persuasiva (2 horas)
2.2.	Elementos visuales (3 horas)
2.3.	Identidad de la Cadena televisiva (2 horas)
2.4.	Ejercicios y dinámicas (5 horas)

3.	Análisis de publicidades televisivas
3.1.	Visionado, análisis y debate de publicidades (25 horas)
4.	Producción
4.1.	Preproducción, producción y postproducción de spots publicitarios de diversa índole. (40 horas)

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

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	PUBLICIDAD PROPUESTA POR ESTUDIANTE 30"	Análisis de publicidades televisivas, Grafismo Televisivo, Producción, Publicidad televisiva: Parámetros, regulaciones y adversidades	APORTE	5	Semana: 5 (29/04/20 al 04/05/20)
Trabajos prácticos - productos	PUBLICIDAD 30" - PRODUCTO ASIGNADO	Análisis de publicidades televisivas, Grafismo Televisivo, Producción, Publicidad televisiva: Parámetros, regulaciones y adversidades	APORTE	10	Semana: 9 (27/05/20 al 29/05/20)
Trabajos prácticos - productos	PRODUCTOS TINTA-TINTO	Análisis de publicidades televisivas, Grafismo Televisivo, Producción, Publicidad televisiva: Parámetros, regulaciones y adversidades	APORTE	5	Semana: 16 (15/07/20 al 20/07/20)
Trabajos prácticos - productos	PRODUCCIÓN Y DRAMATIZACIÓN SPOT PUBLICITARIO	Análisis de publicidades televisivas, Grafismo Televisivo, Producción, Publicidad televisiva: Parámetros, regulaciones y adversidades	APORTE	10	Semana: 19-20 (04-08-2020 al 10-08-2020)
Trabajos prácticos - productos	VIDEO 1' ALINEADO A UNO DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ONU	Análisis de publicidades televisivas, Grafismo Televisivo, Producción, Publicidad televisiva: Parámetros, regulaciones y adversidades	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (04-08-2020 al 10-08-2020)
Trabajos prácticos - productos	VIDEO 1' ALINEADO A UNO DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ONU	Análisis de publicidades televisivas, Grafismo Televisivo, Producción, Publicidad televisiva: Parámetros, regulaciones y adversidades	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Clases teóricas y prácticas para la realización de publicidades televisivas y orientadas a redes sociales

Criterios de Evaluación

CLARIDAD Y SÍNTESIS
COMPOSICIÓN VISUAL Y SONORA
RENDER FINAL

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Jay Heizer Barry Render	Pearson	Administración de Producción	2009	

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

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 11/03/2020

Estado: **Aprobado**