

1. FICHA TÉCNICA

CURSO ACADÉMICO: 2018-2019 ASIGNATURA: Creación y Diseño Digital Multimedia

PROFESOR(ES): D. Oliver Carrero Márquez | D. Lorenzo García García

CURSO: 4 TPO: OP CÓDIGO: 019803685 CRÉDITOS ECTS: 6,0

PLAN DE ESTUDIOS: 2018 UNIVERSIDAD: CES Villanueva

FACULTAD O ESCUELA: Área de Comunicación

TITULACIÓN: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

ÁREA DE CONOCIMIENTO: -

ÚLTIMA REVISIÓN: 04/09/2018 13:56:19

2. DATOS GENERALES

OBJETIVOS GENERALES

Teóricos

Dentro del Título de Publicidad y Relaciones Públicas se ha de fomentar la capacidad crítica, analítica e interpretativa, aportando los conocimientos de las técnicas de investigación y los procedimientos de trabajo necesarios para transformar las necesidades del cliente en soluciones de comunicación eficientes.

- Los graduados en Publicidad y Relaciones Públicas deberán ser capaces de comunicarse y expresarse con coherencia y corrección en su ejercicio profesional; para ello deberán dominar el uso especializado de la/s lengua/s de su comunidad y del inglés.
- Estos graduados serán capaces de construir, planificar y evaluar acciones y discursos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas para la elaboración de campañas de comunicación, para lo que conocerán también las posibilidades de aplicación eficaz de las diferentes tecnologías.

Concretamente en esta asignatura nos planteamos:

Conocer los aspectos centrales de la creación y del diseño multimedia en el ámbito publicitario.

Conocer dónde se encuadra el diseño multimedia dentro de la empresa publicitaria y en una campaña publicitaria.

Explorar los distintos campos del diseño que pueden influir en la comunicación publicitaria.

Captar la esencia de la imagen, de la fotografía dentro del relato audiovisual publicitario.

Esta materia se encuadraría dentro del campo del Creativo/a y diseñador/a profesional especializado en creatividad publicitaria en todo tipo de soportes, desde la conceptualización y visualización de la idea publicitaria hasta su adecuación e integración en los distintos medios. Se pueden identificar las especialidades de: director creativo, director de arte, redactor y webmaster (creatividad de la estructura de la web). La tarea de ejecutar hasta el arte final y controlar la producción física de los soportes corresponde a los expertos en producción y tráfico.

Prácticos

La asignatura constará de varias prácticas de carácter grupal o individual y un trabajo final que supondrán el 50% de la nota final. Los alumnos al realizarlas deberán demostrar su conocimiento de las herramientas multimedia necesarias para la elaboración de los proyectos encargados. La fecha de entrega de las prácticas a lo largo del semestre será comunicada en clase por el profesor con la debida antelación.

Al finalizar el curso el alumno debe ser capaz de elaborar los proyectos encomendados manejando programas de edición de vídeo, Premiere, Avid o Final Cut, retoque fotográfico, Photoshop y postproducción de video en After Effects.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Generales

CG1. Conocimiento de la historia y evolución de la publicidad y las relaciones públicas a través de sus soportes y propuestas estéticas, artísticas e industriales, además de su relevancia social y cultural a lo largo del tiempo.

CG3. Conocimiento de los procesos de investigación e interrelacionales entre los sujetos de las actividades comerciales, publicitarias y de las relaciones públicas. Desarrolla los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación por objetivos para, desde un planteamiento metodológico, asistir a los operadores que tienen que tomar decisiones en búsqueda de la eficacia comunicativa.

Transversales

CT1. Capacidad para obtener provecho de las diversas fuentes de información al alcance del alumno en las distintas materias de estudio para maximizar su formación y alcanzar así un rendimiento óptimo en el plano académico, personal y, posteriormente, profesional.

CT4. Habilidad para poner en práctica un comportamiento creativo en aquellas situaciones que requieran de una solución novedosa y eficaz; involucrándose en su ejecución y adoptando un funcionamiento ágil y flexible.

CT5. Capacidad para el trabajo e interacción en equipos multi e interdisciplinarios, contribuyendo a la consecución de los objetivos previamente establecidos, y revirtiendo sus resultados en el aprendizaje personal y colectivo.

CT6. Capacidad para adquirir un compromiso ético a nivel personal y social, manifiesto tanto en su comportamiento académico, como en su futuro quehacer profesional.

Específicas

CE1. Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de comunicación, expresión oral y la defensa de proyectos. En especial las utilizadas en la gestión publicitaria y de la comunicación empresarial e institucional con sus diversos públicos.

CE4. Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios, de relaciones públicas y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa.

CE5. Conocimiento de los mecanismos y procesos encaminados a la realización de mensajes publicitarios, y de mensajes de relaciones públicas en los distintos soportes y medios de comunicación.

CE6. Conocimiento y estudio de la aplicación de los procesos de marketing en general, del marketing relacional y de la gestión de marca y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia.

CE7. Conocimiento y aplicación de la gestión de las áreas funcionales de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas, así como la gestión de presupuestos, en la empresa pública, privada, política y de otra naturaleza. Análisis económico y social de las empresas de publicidad y de relaciones públicas.

CE8. Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que se encargan de prestar servicio al cliente de la agencia, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de relaciones públicas y marketing.

CE9. Capacidad y habilidad para colaborar en el diseño del plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias, y determinar, definir y controlar los presupuestos de comunicación publicitaria y de relaciones públicas.

CE10. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios y soportes convencionales y no convencionales, combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, y en la creación de nuevos soportes.

CE11. Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma.

CE12. Capacidad y habilidad para definir una política de gestión de la información y documentación en una empresa publicitaria y de las relaciones públicas, así como llevar a cabo o participar en su puesta en marcha a través de una organización adaptada, coordinada y eficiente de las actividades e identificar los distintos componentes de un dispositivo de gestión de la información (componentes humanos, técnicos, financieros, jurídicos).

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

TEMA 1. NARRATIVA AUDIOVISUAL

- Composición de la imagen, posición de la cámara y tipos de plano.
- Tipos de objetivos fotográficos y empleo de los mismos.
- Concepto de raccord.
- Concepto de eje cinematográfico, planificación en triángulo.
- Iluminación, elementos de iluminación. Temperatura de color.

TEMA 2. RECURSOS TÉCNICOS

- El funcionamiento de la cámara digital, fotografía y vídeo.
- Resolución y relaciones de aspecto.
- Steadycam, Dolly, travelling, camera car, slider
- Profundidad de campo y su relación con el objetivo.
- Profundidad de campo y su relación con la apertura de diafragma.
- Profundidad de campo y su relación con la sensibilidad,
- Velocidad de obturación.
- Imagen en 3D, captación y reproducción.
- Introducción a la compresión digital.

TEMA 3. ADOBE PHOTOSHOP COMO BASE GRÁFICA.

- Espacio de color, profundidad de color.
- Histograma.
- Configuración de documentos.
- Revelado RAW
- Técnica HDR.
- Técnica Tlit-Shift.
- Retoque de color.
- Restauración de imágenes dañadas.
- Configuración de documentos para vídeo.
- MOCK-UPS

TEMA 4. EVOLUCIÓN DEL MONTAJE CINEMATográfico Y SU INFLUENCIA EN LA PUBLICIDAD.

- Inicios del cine.
- Montaje al corte.
- Montaje paralelo.

- Montaje invisible.
- Moviola vertical.
- Montaje de acción.
- Cine digital.

TEMA 5 SISTEMAS Y FORMATOS DE VÍDEO PROFESIONALES.

- Formatos de vídeo.
- TDT.
- Trasmisiones vía satélite.
- Codificación MPEG 2 y MPEG 4.
- Exploración progresiva y entrelazada.
- Conversión de formatos.

TEMA 6 POSTPRODUCCIÓN EN AE.

- Configuración de proyecto.
- Animación de logotipos.
- Animación de texto.
- Proyectores de imágenes.
- Personalización de Mock-ups.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

HEDGECOE, John. Manual de técnica fotográfica. Turson-hermann. Blume.
LANGFORD, Michael. Fotografía Básica. Omega. Barcelona. 1999.
BUSSELE, Julien. Copias con efectos especiales. Omega. Barcelona. 2000.
CASAJÚS QUIRÓS, Concha. Manual de Arte y fotografía. Madrid. Universitas. 1998.
LUMET, Sydney. Así se hacen las películas. Madrid. Rialp. 2002.
MAULDIN, John H. Luz, láser, óptica. McGraw-Hill. 1998.
STEVEN D. KATZ, Plano a Plano, de la idea a la pantalla. Plot Ediciones. 2000.
FERNÁNDEZ CASADO, J.I. / NOHALES ESCRIBANO, Tirso. Postproducción digital: cine y vídeo no lineal. Escuela de cine y vídeo. Andoain. 1999.
MILLERSON, Gerald. Técnicas de realización y producción en televisión. Madrid IORTV. 2000.
CHION, Michael. La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido. Barcelona. Paidós comunicación. 1993.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

Clases magistrales en grupo

- Los temas serán expuestos con ayuda de una presentación de Power Point que el profesor pondrá a disposición de los alumnos al finalizar el temario.

Visionado y comentario de material multimedia

- El contenido multimedia que sea proyectado en clase (documentales, making of, fragmentos cinematográficos, consulta de páginas web especializadas, etc) como complemento a la teoría y los comentarios al mismo que realice el profesor durante su exhibición, formarán parte del contenido teórico de la asignatura y como tal deben ser preparados por los alumnos de cara a las pruebas de evaluación escrita.

Debates

- Del visionado del material audiovisual presentado el clase, realizado por profesionales o por los compañeros de clase el profesor propondrá un tema a debatir.
- La participación activa es imprescindible.
- Los alumnos aprenderán a reflexionar y a estructurar su discurso de forma breve e inteligible así como a respetar el orden de intervención.

Tutorías programadas

- **Grupos:** seguimiento y resolución de las dudas que puedan surgir en la consecución de los trabajos programados.
- **Individuales:** orientación para aquellos alumnos que encuentren dificultades en el aprendizaje de la materia impartida. El alumno solicitará al profesor la tutoría por correo electrónico con la suficiente antelación.

Prácticas

- Las prácticas, en función de su complejidad, se realizarán individualmente, en parejas o en grupo.
- La nota de las prácticas realizadas a lo largo del curso supondrá un 50% sobre la nota final.
- Las prácticas serán entregadas en la fecha y hora comunicada por el profesor, preferentemente al finalizar una clase práctica. Las entregas no pueden ser realizadas fuera de plazo, el alumno que no cumpla el plazo indicado será calificado con un 0 en ese apartado. Las pautas que comunique el profesor en cada uno de los proyectos han de considerarse como requisitos mínimos para obtener una calificación de aprobado en esa práctica.
- Cuando la clase práctica así lo requiera el alumno deberá acudir al aula con material grabado, seleccionado o fotografiado por él.
- En caso de no contar con el material el alumno no podrá asistir a la misma y la ausencia computará a todos los efectos como falta de asistencia. Si el alumno no trabaja el material en clase ese trabajo constará como no presentado y por tanto calificado con 0 puntos.

Asistencia y participación.

- La participación en el aula tendrá un valor de un 5% sobre la nota final.
- El profesor valorará positivamente que los alumnos participen en el desarrollo de la clase manifestando sus dudas o aportando material para el debate.

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

- El sistema de evaluación aplicado es la evaluación continua, en el cual el trabajo en clase y la asistencia son obligatorios. Para poder acceder a la misma, hay que tener un porcentaje mínimo de asistencia a clase del 75%. Esto significa que, aquellos que no cumplan dicho porcentaje, no podrán presentarse a las distintas piezas de evaluación continua, detalladas en esta Guía, y obtendrán una calificación de 0 en el apartado de participación activa y resolución de problemas y casos. Los alumnos con segundas matrículas o posteriores están exentos de este requisito.
- La presentación como trabajo o práctica propia de material realizado por otro alumno, parcial o totalmente, será comunicado a Coordinación Académica de Grado y lleva aparejado el suspenso del alumno en ambas convocatorias y las medidas disciplinarias que de su comportamiento puedan derivarse.

Prueba de conocimientos escritos	50%
Trabajo obligatorio grupal	20%
Resolución de problemas y casos	25%
Participación activa, asistencia	5%

Los alumnos que no superen el trabajo obligatorio grupal, o no lo presenten, obtendrán una calificación de suspenso en esa convocatoria de la asignatura independientemente de la nota obtenida en las pruebas escritas.

- El alumno que no supere el trabajo obligatorio en la convocatoria ordinaria deberá realizar un nuevo trabajo en la 2ª convocatoria.
- Para superar la asignatura es imprescindible tener entregado el Trabajo de Carácter Obligatorio, y haber obtenido en las Pruebas Escritas y en el Trabajo Obligatorio una valoración mínima de 5 sobre 10 puntos, tanto para la primera como para la segunda convocatoria.

Prueba de conocimientos escritos (50% de la nota final)

1. Las pruebas de nivel, no eliminatorias, se desarrollarán a lo largo del periodo lectivo de la asignatura tendrá el siguiente formato:
 - Se realizarán dentro de las horas lectivas de la asignatura y se avisarán en clase con suficiente antelación.
 - Constarán de varias preguntas, teóricas o prácticas, a desarrollar.
2. Examen final.
 - La evaluación continua aplicará a la primera y segunda convocatoria. Los exámenes finales oficiales ponderarán un 50%.
 - No se realizará ningún examen en otra fecha distinta a las fechas oficiales designadas por el Centro.
 - Los alumnos podrán revisar su examen final en la fecha oficial que se determine a tal efecto y que se comunicará junto con las calificaciones finales.

Estructura del examen final:

El Examen Final estará constituido preguntas teóricas o ejercicios prácticos a desarrollar durante 2 horas. Se aprobará con una nota de 5 puntos o superior, a la que se sumarán el resto de elementos de evaluación detallados en esta Guía Docente.

ORTOGRAFÍA Y EXPRESIÓN.- En la calificación de las pruebas evaluables que requieran de un texto escrito, el profesor valorará, además de los contenidos, que los ejercicios se adecuen al estándar lingüístico exigible a los estudiantes universitarios, particularmente en lo referido a la ortografía y el nivel de expresión. Esta norma aplica también en el examen final en cualquiera de las 2 convocatorias.

Trabajo obligatorio grupal (20% de la nota final)

El alumno, de forma grupal o individual, realizará durante el curso dos trabajos obligatorios consistentes en pruebas prácticas relacionadas con la materia impartida.

TRABAJOS UNIVERSITARIOS.- Los trabajos universitarios deben ser originales, realizados íntegramente por el alumno. Únicamente se pueden emplear fragmentos de otras fuentes cuando sus autores se encuentren citados adecuadamente; es decir, el empleo de fragmentos de texto literales o secuencias inspiradas en otros spots o proyectos audiovisuales, podrá hacerse únicamente si se encuentra convenientemente identificada su procedencia y su uso no se realiza a lo largo del trabajo de forma indiscriminada.

Presentar como propio un trabajo realizado en parte o en su totalidad por otro compañero o por un profesional será

calificado, en cualquier caso, con un 0 y lleva aparejado el suspenso en ambas convocatorias.

De la misma manera que una campaña diseñada para un cliente no puede emitirse si no llega a la hora y fecha acordada no se permitirá la entrega de trabajos fuera del plazo fijado por el profesor. Las prácticas no son re-evaluables.

Los alumnos dispondrán de horas lectivas para la realización de trabajos en el aula de informática, la fecha de realización de las prácticas será comunicada verbalmente por el profesor en clases anteriores.

En caso de que algún alumno, o todo un grupo de trabajo, no acuda a clase con el material necesario para realizar el trabajo práctico no se permitirá al alumno la entrada en el aula práctica y contará como falta de asistencia a todos los efectos académicos.

Los alumnos que se encuentren en segunda matrícula, o posterior, deberán realizar obligatoriamente un nuevo trabajo grupal en el curso académico en el que se matriculen de nuevo. Para conformar los grupos de trabajo deben contactar con el profesor para asistir a una tutoría conjunta en la que se conformarán dichos grupos y se explicarán los criterios de evaluación. **La fecha tope de entrega de este trabajo, para los alumnos repetidores, será el día del examen de la convocatoria ordinaria. La ausencia de entrega del trabajo en la fecha indicada implica el suspenso en esa convocatoria.**

Resolución de problemas y casos (25% de la nota final)

A propuesta del profesor, durante las horas lectivas impartidas en el aula de informática y, en ocasiones, perfeccionando el trabajo iniciado en el aula fuera de la misma, el alumno realizará diferentes proyectos que pasarán a formar parte de su portfolio personal.

Una vez explicadas las herramientas necesarias para su realización, y recordar su manejo en caso de ser necesario, el alumno trabajará durante una o dos semanas en la elaboración del proyecto, ajustándose al briefing suministrado. **Todas las creatividades, ponderadas según su complejidad técnica supondrán el 25% de la nota de la asignatura.**

El profesor comunicará su feedback a los alumnos una vez sean evaluadas, pero no una nota individual en cada apartado ya que serán evaluadas en su conjunto.

Los alumnos repetidores que hubieran realizado y superado las creatividades en el año en el que cursaron por primera vez la asignatura pueden optar entre volver a presentar sus trabajos anteriores para una nueva evaluación o realizarlos de nuevo con la opción de mejorar las calificaciones obtenidas previamente. Esta posibilidad no se contempla en el apartado Trabajo obligatorio.

Participación activa, asistencia (5% de la nota final)

El compromiso con la asignatura y la asistencia regular de los alumnos a las clases teóricas y prácticas serán evaluados por el profesor y supondrán un 5% de la nota de la asignatura. Este criterio, el de participación activa, solo será aplicado a aquellos alumnos que asistan como mínimo al 75% de las clases programadas.

Los alumnos en segundas o posteriores matrículas no pueden cumplir con el requisito de asistencia. En estos casos el profesor valorará el compromiso del alumno con la asignatura. La asistencia a las tutorías programadas, el esfuerzo y la entrega anticipada de las pruebas de evaluación será tenido en cuenta en la calificación final de este apartado.

MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO
Presentaciones Powerpoint
Vídeos
Web o blog ajeno a Villanueva
Internet