

TECNOLOGIA DELS MITJANS AUDIOVISUALS EN PUBLICITAT ____ **20677**

Fitxa de l'assignatura

Curs: 4

Identificació

1. Nom de l'assignatura	Tecnologia dels mitjans audiovisuals en publicitat		
2. Àrea	CAP	Titulació	Publicitat i Relacions Públiques
3. Tipus	Troncal <input type="checkbox"/>	Obligatòria <input checked="" type="checkbox"/>	Optativa <input type="checkbox"/>
4. Crèdits (ECTS)	8		

Descripció

Finalitats / propòsits de la formació :

El coneixement de la Producció i Tecnologia en cinema i televisió en base a quatre aspectes:

- 1.- La formació tecnològica i tècnica per l'ús dels recursos audiovisuals.
- 2.- El coneixement bàsic de la teoria del llenguatge audiovisual.
- 3.- El procés general de producció del cinema i la televisió.
- 4.- El procés específic de la publicitat en cinema i televisió.

La qual cosa li permetrà tenir un marc de coneixement consolidat per definir la importància de la Tecnologia i la producció en la formació general de la Comunicació i en concret del procés de producció publicitari, amb especial incidència en la figura publicitària del **Producer** com a unitat responsable d'organització i desenvolupament de l'activitat publicitària en els mitjans audiovisuals.

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

EL PROCÉS DE PRODUCCIÓ. Fases de producció i organització. Personal. Pla de treball. Pla de rodatge.

LA PRODUCCIÓ PUBLICITÀRIA. La productora de publicitat. Relacions agència de publicitat i productora. El Producer. Casting. Estils de producció i realització.

EL GUIÓ PUBLICITARI. Storyboard. Animàtic.

LA REALITZACIÓ I COMPOSICIÓ AMB UNA CÀMERA.

POST-PRODUCCIÓ. Muntatge i sonorització.

TECNOLOGIA ÀUDIO-VISUAL. La Càmera i l'Edició digital.

LA PUBLICITAT TELEVISIVA. Formats publicitaris.

2. Bibliografia:

FERNÁNDEZ, Manuel Carlos. Influencias del montaje en el lenguaje audiovisual. Ediciones Libertarias-Prodhufo, S.A. Madrid, 1997.

- HART, John. La tècnica del Storyboard. IORTV. Madrid, 2001.
- MARTINEZ ABADIA, José. Introducción a la tecnología audiovisual. Paidós Comunicación. Barcelona, 1988.
- MARTÍNEZ I SURINYAC, Gabriel. El guión del guionista. Ed. CIMS. Colección Libros de Comunicación Global. Barcelona, 1998.
- MILLERSON, Gerald. Técnicas de realización y producción en TV. IORTV, Madrid. Primera edición, 1983; cuarta edición, 2001.
- RAMONET, Ignacio. La glosina visual. Ed. G.G. Barcelona, 1983.
- ROMAGUERA I RAMIO, Joaquim. El lenguaje cinematográfico. Gramática, géneros, estilos y materiales. Ed. de la Torre. Madrid, 1991.
- SABORIT, José. La imagen publicitaria en televisión. Ed. Cátedra, Madrid, 1988.

1. Referències per estructurar el treball de l'alumne

METODOLOGIA sobre PROJECTE: TEORIA, PRODUCCIÓ I ANÀLISI

S'entén que en el darrer curs de la llicenciatura els alumnes han de poder desenvolupar projectes audiovisuals i organitzar els recursos humans, artístics i tecnològics per aplicar a la seva activitat dins l'àmbit de la publicitat.

Per assolir els objectius s'utilitza la metodologia d'Aprenentatge Actiu sobre **PROJECTE** desenvolupat per un **GRUP-EQUIP DE PRODUCCIÓ**.

El **PROJECTE** com a eix vertebrador que representa el corpus de l'activitat pedagògica.

A.- **TEORIA**: a partir de la tutorització de projecte, seguiment de producció i materials virtuals.

B.- **PRODUCCIÓ**: desenvolupada amb el projecte de producció.

C.- **ANÀLISI**: desenvolupada al llarg de la producció i concretada per l'alumne amb activitats i memòries de producció.

El seu conjunt s'organitza per aplicar el concepte experimental a tot el procés formatiu –teoria,producció,anàlisi- per la qual cosa s'incidirà especialment en la formació de l'**EQUIP DE PRODUCCIÓ** i la relació continuada amb l'objecte de producció, **PROJECTE -spot-**, amb el seguiment metodològic dels professors i l'aportació de material a través del **CAMPUS VIRTUAL**.

L'alumne i l'equip al qual pertany s'implicarà en el projecte desenvolupant totes les fases de producció fins a l'art final.

PRE-PRODUCCIÓ-GUIÓ-ANIMÀTIC/RODATGE/POST-PRODUCCIÓ-EDICIÓ

2. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència	Com
Comunicativa. Comunicació Audio-visual	2. Treballar en la gestió de la comunicació en qualsevol medi 6. Utilitzar Internet de forma fluida com a eina de treball	Aplicar el sistema de producció en cinema i televisió Gestió d'informació audiovisual per internet
Científica. Anàlisi i síntesis	13. Analitzar i sintetitzar la informació	Capacitat per construir el guió d'un projecte des de la idea al

	<p>14. Validar i verificar les idees, formes i conceptes.</p> <p>16. Utilitzar tota mena de recursos formals.</p> <p>18. Conèixer els principis bàsics de la publicitat i de la gestió dels missatges persuasius.</p>	<p>format literari.</p> <p>Capacitat d'adaptar idees al format audio-visual</p> <p>Les diferents formes de publicitat en l'entorn televisiu i publicitari</p>
Artística i de la creativitat	<p>21. Desenvolupar idees i conceptes en formes visuals o sonores</p> <p>22. Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu.</p>	La capacitat de planificar tècnicament un guió i fer-ne la realització.
Tecnologia. Domini d'eines.	<p>24. Aplicar els principis i els paradigmes que expliquen el funcionament lògic d'un sistema.</p> <p>25. Utilitzar el programari informàtic.</p> <p>27. Utilitzar les tecnologies avançades.</p> <p>28. Posar a la pràctica els coneixements teòrics.</p>	Coneixement i aplicació de les tecnologies de producció al servei d'una idea i un projecte publicitari –spot- amb multicàmera i càmera.
Interpersonals. Treball en equip.	<p>33. Gestionar de forma adequada el temps.</p> <p>34. Reconèixer i respectar els punts de vista i opinions dels altres membres de l'equip.</p> <p>35. Ser crític amb la seva feina i amb els resultats del seu entorn.</p>	L'equip de producció i la seva relació i interactivitat en l'objectiu de desenvolupar un projecte en equip sense el qual no és possible.
Valors morals. Deontologia professional.	<p>43. Adquirir un compromís ètic.</p> <p>45. Mostrar coneixement dels valors socials vigents en cada moment per adequar els missatges a aquests valors.</p>	La capacitat d'analitzar els continguts ètics del projecte i valorar la seva adequació al projecte.
Valors estètics. Sensibilitat estètica.	46. Mostrar sensibilitat per tot tipus de manifestació com acció encaminada a tenir cura de la forma del missatge.	La formació en l'equilibri visual del missatge i la seva forma.
Auto-aprenentatge.	<p>49. Ser capaç d'aprendre a aprendre.</p> <p>50. Gestionar el temps disponible.</p> <p>51. Desenvolupar les habilitats de treball tant personal com en equip.</p> <p>53. Ser capaç de resoldre problemes sota la pressió del temps.</p>	La gestió de la informació en el Campus Virtual i l'adaptació a la nova forma de transmissió d'informació.

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
A) TEST	10	de coneixements segons continguts establerts de manera presencial i virtual.
B) ACTIVITATS	10	que se li demanaran a l'alumne/grup al llarg del semestre i que complementaran la participació en l'assignatura.
C) Spot.	40	Realització
D) Guió-Animàtic.	20	Construcció del guió i elaboració de l'animàtic
E) Video presentació del Grup.	10	Treball de construcció del casting del grup
F) Dossier de grup	5	Dossier final de tot el procés de producció
G) Memòria individual	5	Dossier individual

Fitxa d'activitat docent

1. Informació respecte l'assignatura

Títol **Tecnologia dels Mitjans Audiovisuals en Publicitat**

Tema, mòdul o unitat __Producció Publicitaria_____

Nom de l'activitat *Projecte audiovisual* _____

2. Descripció de l'activitat

Explicació i objectius de l'activitat:

Creació, producció i realització d'un spot i tot el procés de producció que comporta des de la idea fins a l'edició final.

- Metodologia: *Individual* *grupal* *x*

1. Tipus de recursos necessaris

○ Documentació campus virtual _____

○ Multimèdia (Informàtica, audiovisuals)

Tecnologia de producció i edició digital

2. Període i dates de presentació: Segons indica el diari de l'assignatura

3. Avaluació: Entrega dels materials _____

_____ Pes:¹ 20% _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)²

- Artístic i de la Creativitat
- *Tecnològic*
- Desenvolupament de l'auto-aprenentatge

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

Objectius en relació a les competències.

Definir la prioritització dels objectius en funció de les competències seleccionades .

¹ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

² Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

- La relació entre els elements tecnològics en els processos artístics i creatius que s'han de desenvolupar en el si d'un equip de treball.

5. **Indicadors d'observació de les competències.** (què observar en l'avaluació de cada competència)

competència	Indicadors o descriptors de la competència
Artístic i de la Creativitat	<p>Aplicar el pensament creatiu com a font de millora de l'entorn mitjançant les representacions visuals, sonores o d'altre mena i que són la representació del món.</p> <p>Desenvolupar idees i conceptes en formes visuals o sonores.</p> <p>Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb originalitat, flexibilitat i fluïdesa.</p> <p>Generar gran quantitat d'idees per a resoldre problemes de comunicació persuasiva.</p>
<i>Tecnològic</i>	<p>Utilitzar les tecnologies avançades per el normal desenvolupament de la professió.</p> <p>Posar a la pràctica els coneixements teòrics.</p>
Desenvolupament de l'auto-aprenentatge	Tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina en grup

6. **Desglossament de les hores requerides per l'activitat³**

Es una activitat global en forma de Projecte i al llarg del semestre que no pot ser desglosat en cada unitat i que ja consta en la planificació.

³ Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)