

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	FB	1	2

Professor de contacte

Nom: Patricia Lázaro Pernias
Correu electrònic: Patricia.Lazaro@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)
Grup íntegre en anglès: No
Grup íntegre en català: Sí
Grup íntegre en espanyol: No

Equip docent

Luis Fernando Morales Morante
Jaume Puig Garcia

Prerequisits

Els estudiants hauran d'adquirir de forma autònoma (amb suport puntual del professorat) coneixements bàsics de cert programari, com ara editors de textos, editors de vídeo (movie maker o I-movie), editors d'àudio (audacity), i eines de xarxa com ara l'entorn de google (google docs, gmail...) i hostings com ara youtube o soundcloud.

Objectius

1. Objectius d'aprenentatge generals:

- Adquirir competències en el coneixement i l'ús dels sistemes i recursos expressius propis dels llenguatges escrit i audiovisual en l'àmbit de la publicitat i les relacions públiques.
- Aprofundir en els coneixements relacionats amb la imatge i el so i vinculats al llenguatge audiovisual, que permetin analitzar i avaluar l'eficàcia de les produccions audiovisuals publicitàries.
- Adquirir competències que permetin crear missatges escrits i audiovisuals aptes per a la comunicació publicitària i de les relacions públiques.

2. Objectius d'aprenentatge específics:

- Adquisició i comprensió de coneixements:
 - Explicar què és el llenguatge audiovisual, atenent a diversos enfocaments conceptuals.
 - Conèixer els sistemes expressius propis de la imatge i el so i descriure les principals característiques tècnico-expressives.
 - Conèixer les característiques bàsiques del llenguatge escrit i de la composició gràfica.
- Aplicació dels coneixements:

- Planificar muntatges audiovisuals eficients atenent als aspectes bàsics de composició i combinació de les formes visuals i/o sonores i/o textuales.
- Planificar muntatges audiovisuals atenent al ritme del producte i la decodificació del mateix per part del receptor.
- Organitzar la seqüencialització temporal d'una peça audiovisual.

- Anàlisi i síntesi dels coneixements:

- Relacionar el procés de creació audiovisual amb els aspectes perceptius i socio-culturals dels receptors.
- Atendre a les capacitats perceptives dels receptors per tal de facilitar la comprensió del muntatge audiovisual.
- Escollir el tractament narratiu i expressiu més adequat segons el relat publicitari que s'hagi de produir.
- Crear i planificar un relat publicitari audiovisual.

- Avaluació dels coneixements:

- Avaluar l'eficàcia comunicativa d'una peça (o peces) publicitària audiovisual atenent a aspectes tecnològics i perceptius.
- Justificar la decisió d'ús d'uns recursos expressiu o altres, segons criteris narratius, expressius, perceptius i tecnològics.
- Proposar noves formes de tractament narratiu i expressiu d'una peça publicitària que afavoreixin l'eficàcia comunicativa.

Competències

- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de missatges publicitaris.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar esperit crític i autocrític.
- Demostrar un coneixement adequat de la realitat sociocomunicativa de Catalunya en el context espanyol, europeu i mundial.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant a les llengües oficials (català i castellà) com en una tercera llengua.
- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps, les elaboracions conceptuals, els marcs i els enfocaments teòrics que fonamenten el coneixement de la disciplina i els seus diferents àmbits i subàrees, així com el seu valor per a la pràctica professional mitjançant casos concrets.
- Gestionar el temps de manera adequada.
- Identificar les tradicions comunicatives contemporànies catalana, espanyola i internacional i les seves modalitats d'expressió específiques, així com la seva evolució històrica i les teories i conceptes que les estudien.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el pensament científic amb rigor.
2. Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de missatges publicitaris.
3. Contextualitzar els diferents corrents publicitaris i l'obra de publicitaris de referència.
4. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
5. Demostrar esperit crític i autocrític.
6. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
7. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant a les llengües oficials (català i castellà) com en una tercera llengua.

8. Diferenciar les especificitats dels llenguatges comunicatius escrits i audiovisuals.
9. Explicar l'evolució de les tradicions publicitàries contemporànies internacionals.
10. Gestionar el temps de manera adequada.
11. Identificar els fonaments estructurals del sistema comunicatiu.
12. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.

Continguts

Tema 1: Els llenguatges comunicatius

Els llenguatges audiovisuals: la imatge fixa, la imatge en moviment, el so. La composició gràfica. El llenguatge escrit.

El receptor i la seva capacitat perceptiva i comprensiva.

Tema 2: El llenguatge audiovisual en la comunicació publicitària i de les relacions públiques: la imatge

Imatge fixa.

Imatge en moviment. Característiques.

Unitats narratives: el pla (tipologia), l'escena, la seqüència.

Composició de la imatge. Camp i fora de camp.

Moviments de càmera.

Realització televisiva: Raccord. Salt d'eix.

Les transicions. El muntatge.

Tema 3: El llenguatge audiovisual en la comunicació publicitària i de les relacions públiques: el so

Elements sonors: paraula, música, efectes sonors, silenci.

El muntatge sonor: transicions i ritme.

Construcció de l'espai i el temps sonors.

Tema 4: El llenguatge audiovisual en la comunicació publicitària i de les relacions públiques: la imatge i el so

Coherència i sincronia.

Redundància.

Ritme.

Retòrica audiovisual.

Planificació de l'enregistrament. El guió.

Tema 5: Altres llenguatges comunicatius

Esriptura audiovisual

Composició gràfica

Multimèdia

Social Media i Xarxes Socials

Metodologia

La metodologia docent de les sessions teòriques es basa en el mètode expositiu. Aquestes sessions empren recursos audiovisuals com a suport pedagògic i treballen l'ús de la pregunta com a instrument per a promoure la síntesi o l'avaluació de temes centrals.

Pel que fa a les sessions de seminari s'orienten a la tasca de dirigir els estudiants en els processos d'anàlisi dels llenguatges comunicatius en peces publicitàries. Aquesta tasca cerca l'aplicació dels continguts treballats a les sessions expositives i a les activitats autònomes de lectura i anàlisi de textos escrits i audiovisuals.

A les sessions de pràctiques de laboratori es treballaran els aspectes relacionats amb la producció audiovisuals atenent específicament a l'ús dels llenguatges comunicatius.

Amb les tutories, com a activitat supervisada, es fa una tasca d'acompanyament i suport dels estudiants, de forma individualitzada o en petits equips de treball, per a l'aplicació dels coneixements adquirits en les activitats dirigides.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Descripció i anàlisi de peces audiovisuals	16	0,64	1, 3, 5, 7, 8
Producció de peces audiovisuals	31	1,24	2, 4, 6, 7, 10
Sessions expositives	15	0,6	2, 5, 8, 9, 12
Tipus: Supervisades			
Seguiment de les produccions publicitàries audiovisuals	6	0,24	2, 4, 5, 6, 7, 8, 10
Tipus: Autònomes			
Lectures	5	0,2	4, 5, 6, 7
Planificació i producció de la web de promoció local	30	1,2	2, 4, 5, 6, 7, 8, 10

Avaluació

Avaluació:

Les competències d'aquesta assignatura s'avaluaran amb diferents procediments, a través d'activitats diverses:

- Lliurament de treballs encarregats als seminaris (TS) (55%)
- Participació activa i seguiment del curs (SC) (10%)
- Proves d'avaluació (PA) (35%)

Per tal de superar l'assignatura, caldrà aprovar amb un mínim de **4,5 punts**, els TS i les PA.

Reavaluació:

Els alumnes que hagin participat de l'avaluació continuada i que no superin les proves de caràcter individual (PA), sempre que hagin obtingut una nota mínima de 3 punts, tindran l'opció de recuperar-les amb una prova de reavaluació.

Els TS no podran ser reavaluats ja que es tracta de competències i habilitats adquirides al llarg que no poden ser valorades en una prova de reavaluació.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Anàlisi de peces publicitàries audiovisuals (avaluació individual) - peça 1	10%	2	0,08	2, 3, 4, 5, 7, 8, 10
Anàlisi de peces publicitàries audiovisuals (avaluació individual) - peça 2	25%	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 10
Guions, planificació de rodatge i memòries de producció de la web de promoció local (avaluació en grup)	15%	6	0,24	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 10
Participació i entrega d'exercicis de sessions de seminari i teòrics. (avaluació individual)	10%	6	0,24	4, 5, 6, 7, 8, 9, 11
Producció de la web de promoció local (avaluació en grup) - lliurament final	25%	20	0,8	2, 4, 6, 8, 10, 12
Producció de la web de promoció local (avaluació en grup)- primer lliurament	15%	10	0,4	2, 4, 6, 8, 10, 12

Bibliografia

Bàsica:

- Barroso, J. (2008): Realización audiovisual, Editorial Síntesis, Madrid.
- Berenguer, X. (1997): "Escribir programas interactivos", en Formats I <http://www.iaa.upf.es/formats/formats1/a01et.htm>.
- Blanch, Margarita; Lázaro, Patricia (2010): Aula de locución. Madrid. Ed. Cátedra.
- Fernández Díez, Federico; Martínez Abadía, José (1999): Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Barcelona. Ed. Paidós.
- Gutiérrez García, María; Perona Paéz, Juan José (2002): Teoría y técnica del lenguaje radiofónico. Barcelona. Ed. Bosch.
- Martínez Abadía, José (2000): Introducción a la tecnología audiovisual: televisión, vídeo y radio. Barcelona. Paidós.
- Millerson, Gerald (1985): Técnicas de realización y producción en televisión. Madrid. IORTV.
- Morales, Fernando (2013): Montaje audiovisual: teoría, técnica y métodos de control. Barcelona. UOC.
- Salaverria, R. (2001): Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental (http://www.ucm.es/info/period/Period_I/EMP/Numer_07/7-5-Inve/7-5-13.htm)
- Solarino, Carlos (1993): Cómo hacer televisión. Madrid. Ed. Cátedra.
- Tena, Daniel (2005): Diseño gráfico y Comunicación. Madrid. Ed. Pearson, Prentice Hall.

Complementària:

- Balsebre, A. (1994): El lenguaje radiofónico. Ed. Cátedra, Madrid.
- Barea, P. (1992), Redacción y guiones. Servicio Universidad del País Vasco, Bilbao.
- Beltrán Moner, R. (1984): La ambientación musical. Ed. IORTV, Madrid.
- Huertas Bailén, Amparo; Perona Paéz, Juan José (1999): Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio. Barcelona. Ed. Bosch.
- Chion, M (1993): La Audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido. Barcelona: Paidós.
- Niqui, Cinto (2007): Fonaments i usos detecnologia audiovisual digital. Barcelona. Ed. UOC
- Ribes, X. (2002): Edición y presentación multimedia. Fundamentos de la digitalización y del tratamiento de imágenes y sonido, Bellaterra : Servei de Publicacions de la UAB.
- Rodero, E. (2011), Creación de programas de radio, Editorial Síntesis.
- Rodríguez, Ángel (1998): La dimensión sonora del lenguaje audiovisual. Barcelona. Ed. Paidós.

Eines de suport:

- Ordinadors equipats amb software que permeti:
edició d'àudio i/o vídeo: Movie-Maker (PC), I-Movie i SoundTrack (Mac), Audacity (PC i Mac).

retoc fotogràfic (Picassa, eina de Google), composició gràfica, edició de textos.

Plataforma virtual: Google (amb les eines: gmail, llocs web, docs).

Hostings: àudio - soundcloud (<http://www.soundcloud.com>)

Vídeo - youtube (<http://www.youtube.com>)