

Tecnologies i Comunicació Persuasiva

Codi: 104894
Crèdits: 6

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

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Rafael Uya Puigmartí
Correu electrònic: Rafael.Uya@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

Oriol Figuera Godoy
Gianluca Battista

Prerequisits

Per cursar aquesta assignatura es requereix una bona comprensió lectora de l'anglès, així com el nivell de comprensió lectora, redacció i expressió en castellà i català adequats a un primer curs de carrera universitària.

Objectius

Específicament, els objectius de l'assignatura són els següents:

Conèixer quins són els processos tècnics que intervenen en la comunicació publicitària canalitzada per diverses plataformes de continguts àudio, vídeo i imatge fixa.

Familiaritzar-se amb la manipulació dels equips d'imatge i so destinats a la producció de continguts publicitaris

Aprendre quins són els principals instruments tecnològics que intervenen en aquests processos i les innovacions que s'estan produint en aquest terreny, per veure com això pot influir en la feina del comunicador, en els missatges i en la seva recepció.

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 que coneix l'estructura i les funcions del context tecnològic que intervé en el procés de la comunicació publicitària.

- 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.
- Gestionar el temps de manera adequada.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
- Usar una tercera llengua com a forma de treball i expressió professional en els mitjans de comunicació.

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. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
4. Demostrar esperit crític i autocrític.
5. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
6. 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.
7. Explicar els principis bàsics de la presa de so i d'imatge en la manipulació dels equips d'enregistrament audiovisual.
8. Gestionar el temps de manera adequada.
9. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
10. Trobar el que és substancial i rellevant en documents sobre teoria, estructura i història de la comunicació en una tercera llengua.
11. Utilitzar els instruments tecnològics de la composició i l'edició de missatges gràfics.

Continguts

.- Fonaments tecnològics: conceptes bàsics de física de les ones; espectre radioelèctric i xarxes de comunicació.

.- La digitalització de la imatge i el so: procés de digitalització, còdecs i formats..-

.- La fotografia: evolució i últimes innovacions

.- El so:evolució i últimes innovacions

.- El vídeo: evolució i últimes innovacions

.- Últimes innovacions tecnològiques que afecten l'àmbit publicitari.

Coneixement i ús adequat dels equips fotografia, d'àudio i de vídeo a partir de diferents exercicis pràctics.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per raons sanitàries, el professorat informará dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

Metodologia

L'adquisició de coneixements i competències per part de l'alumnat es farà a través de dos procediments bàsics:

Les classes teòriques i les pràctiques als laboratoris audiovisuals de la Facultat.

Tant per a l'aclariment de conceptes teòrics com per al seguiment dels treballs de pràctiques es realitzaran tutories a hores concertades.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11
Pràctiques de laboratori	34,5	1,38	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11
Tipus: Supervisades			
Tutories	10,5	0,42	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11
Tipus: Autònomes			
Lectures, preparació de pràctiques, preparació de proves, etc	82,5	3,3	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11

Avaluació

L'assignatura consta de les activitats d'avaluació següents:

Examen teòric, 30% sobre la qualificació final.

- Pràctica de Fotografia, 15% sobre la qualificació final.
- Pràctica de Ràdio, 15% sobre la qualificació final.
- Pràctica de Vídeo/Plató TV, 30% sobre la qualificació final.
- Participació activa, 10% sobre la qualificació final.

Per aprovar l'assignatura caldrà:

- . treure una nota mínima de 5 sobre 10 en l'examen teòric.
- . treure una nota mínima de 5 sobre 10 com a resultat de la mitjana de les activitats pràctiques i no tenir més d'una absència en el conjunt de les sessions pràctiques.

No presentar-se a examen determina no ser avaluat.

Nota per optar a la reavaluació de la teoria: entre 2,5 i 4,99 sobre 10.

Les pràctiques són d'assistència obligatòria.

Només es podrà reavaluar un dels tres conjunts de pràctiques suspès, sempre i quan s'hagi participat en totes.

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat,...) es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0. La metodologia docent i l'avaluació proposades poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

La metodologia docent i l'avaluació proposades poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen teòric	30%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11
Participació activa	10%	1,5	0,06	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11
Pràctiques de laboratori	60%	4	0,16	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11

Bibliografia

Beutler, Roland (2017) Evolution of Broadcast Content Distribution. Switzerland: Springer.

Bonet, Montse (coord.) (2016) El imperio del aire. Espectro radioeléctrico y radiodifusión. Barcelona: UOC. (Llibre en línia).

Burgaya, Josep (2021) La manada digital. Feudalismo hipertecnológico en una democracia sin ciudadanos. Barcelona: El Viejo Topo.

Casas, Jordi, Nin, Jordi i Julbe, Francesc (2019). Big Data, análisis de datos en entornos masivos. Barcelona: UOC.

Castillo, José Maria (2016). Televisión, realización y lenguaje audiovisual. Madrid: Instituto RTVE.

De la Cueva, Javier (2015) Manual del Ciberactivista. Teoría y Práctica de las Acciones Micropolíticas. Bandaáparte Editores.

Donsbach, Wolfgang (ed.) (2008) The International Encyclopedia of Communication. Oxford: Blackwell.

El libro blanco de la compra programática. (Slideshare)

Fernández-Quijada, David (2011) Medi@TIC. Anàlisi de casos de tecnologia i mitjans. Barcelona: Editorial UOC. Llibre en línia.

Fernández-Quijada, David (2013) La innovación tecnológica. Creación, difusión y adopción de las TIC. Barcelona: UOC.

Fernández-Quijada, David & Ramos-Serrano, Marina (eds.) (2014) Tecnologías de la persuasión. Uso de las TIC en publicidad y relaciones públicas. Barcelona: UOC.

Martínez Abadía, José, Vila, Pere et al. (2004). Manual básico de tecnología audiovisual y técnicas de creación, emisión y difusión de contenido. Barcelona: Paidós.

McStay, Andrew (2010): Digital Advertising, Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Morozov, Evgeny (2015) La locura del solucionismo tecnológico. Madrid: Clave Intelectual.

Niqui, Cinto (2011) Fonaments i usos de tecnologia audiovisual digital (E-PUB, llibreelectrònic). Barcelona: Editorial UOC.

Pariser, Eli (2011) The filter bubble. What the Internet is hiding from you. London: Penguin Books.

Peirano, Marta (2015) El Pequeño Libro Rojo del Activista en la Red. Barcelona: Rocaeditorial.

Sax, David (2016) The Revenge of Analog. Real Things and Why They Matter. New York: Public Affairs.

Turow, Joseph (2011): The Daily You. How the new advertising industry is defining your identity and your worth. New Haven: Yale University Press.

Wu, Tim (2020) Comerciantes de atención. La lucha épica por entrar en nuestra cabeza. Madrid: Capitán Swing

Zabaleta Urkiola, Iñaki (2003). Tecnología de la información Audiovisual Sistemas y servicios de la radio y televisión digital y analógica por cable, satélite y terrestre. Barcelona: Bosch Comunicación

Programari

El programari específic que s'utilitzarà en aquesta assignatura serà:

- Audacity
- Da Vinci Resolve