



Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Publicidad		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Publicidad Interactiva y Nuevos Soportes		
Tipo:	Optativa	Créditos ECTS:	3
Curso:	3	Código:	1951
Periodo docente:	Sexto semestre		
Materia:	Medios y Soportes de Publicidad		
Módulo:	Diseño y Producción de Mensajes Publicitarios (Herramientas)		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	75		

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura consiste en dotar al alumno de los conocimientos y métodos necesarios para que desarrolle su labor profesional. Para este fin, se pone en su conocimiento una serie de herramientas para que pueda desarrollar las diferentes labores en esta creciente industria.

COMPETENCIAS

Competencias básicas / generales / transversales

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Desarrollar la capacidad para desempeñar labores creativas y de gestión, como trabajador autónomo y en sistemas de autoempleo.

Ser capaz de realizar estudios y análisis sobre las producciones publicitarias relacionadas con el manejo de fuentes documentales, datos y documentación aplicados a ese tipo de producciones.

Adquirir la capacidad de expresarse con corrección de forma oral, escrita y en soporte audiovisual o multimedia.

Adquirir el conocimiento para ser capaz de trabajar como gestor de soportes publicitarios convencionales, no convencionales y electrónicos.

Competencias específicas

Hacer presentaciones de proyectos e investigaciones en público o a través de cualquier medio de comunicación.

Utilizar los recursos informáticos, las tecnologías y técnicas de diseño por ordenador, y fórmulas creativas afines a los distintos medios o sistemas mediáticos combinados o interactivos (multimedia).

Recuperar, organizar, analizar y procesar información valiosa del anunciante y sus marcas, productos o servicios, utilizarla de forma confidencial y positiva para el logro de los fines buscados por el anunciante.

Conocer e interpretar la información para aplicarla a la comunicación publicitaria.

Evaluar la idoneidad y adecuación de los distintos medios de comunicación como soportes de la comunicación publicitaria, a través de los datos procedentes de las distintas fuentes de investigación de los medios como soportes.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
45 horas	30 horas

OBJETIVO

El alumno conocerá herramientas que le permitirán elaborar productos digitales para el entorno publicitario

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno conocerá y sabrá emplear las herramientas digitales y orientarlas hacia el mundo publicitario
Analizará productos publicitarios ya existentes para ver si son adaptables a lo digital.

TEMARIO

1. Tema 1 - Teoría básica: Modo color, tamaño de imagen, vector vs mapa de bits, resolución en una imagen digital.
2. Tema 2 - Photoshop iniciación al concepto de capas y otras herramientas fundamentales
3. Tema 3 - Photoshop - Elaboración de los primeros trabajos. Especial atención a la edición del color, el retoque de imagen y los montajes fotográficos.
4. Tema 4 - Elaboración de documentos y multimedia.
5. Tema 4.1 - Indesign - Iniciación a la maquetación para impresión.
6. Tema 4.2 - Indesign - Edición avanzada para la impresión. Diferentes casos prácticos orientados a diferentes productos finales.
7. Tema 4.3 - Indesign - Iniciación a la maquetación multimedia e interactiva.
8. Tema 4.4 - Indesign - Edición avanzada multimedia
9. Tema 5 - Maquetación digital: Epub

METODOLOGÍA/ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

La actividad del alumno será evaluada en gran medida por el continuo trabajo tutelado por el profesor y por su participación en clase. Toda la teoría impartida busca una respuesta creativa por parte del alumno y es fundamental que el alumno entienda la responsabilidad de organizar su trabajo para llegar a crear una obra de máxima calidad en el campo audiovisual.
Se exigirá por tanto un esfuerzo continuo y una actitud activa, responsable y creativa.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación de la asignatura quedará distribuido de la siguiente manera:

- Tutorías: 20%
- Elaboración de trabajo final: 60%
- Prueba teórica de conocimientos: 20%

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

MacGonigal, J. Reality is broken: why games make us better and how they can change the world? Penguin Press

Mainer B. El Videojuego como material educativo: La Odisea. Icono 14. Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías.(Nº 7)

Joseph, H. y Potter, A. (2005) Rebelarse vende, el negocio de la contracultura. España Santillana Ediciones.

ítuloPoética

AutorARISTÓTELES

EditorialEditorial Gredos

TítuloTeoría de la narrativa

AutorBAL, M.

EditorialCátedra

TítuloEl susurro del lenguaje

AutorBARTHES, R.

EditorialPaidós

TítuloHistoria y discurso

AutorCHATMAN, S.

EditorialTaurus

TítuloLector in fabula

AutorECO, U.

EditorialLumen

TítuloManual básico de lenguaje y narrativa audiovisual

AutorFERNÁNDEZ DÍEZ, F. Y MARTÍNEZ ABADÍA, J.

EditorialPaidós

TítuloNarrativa Audiovisual

AutorGARCÍA GARCÍA, F.

EditorialUniversidad Complutense de Madrid

TítuloLa imagen narrativa

AutorGARCÍA JIMÉNEZ, J.

EditorialCátedra

TítuloMusica y Narración en los Medios Audiovisuales

AutorGÉRTRUDIX BARRIO, M.

EditorialLaberinto

TítuloNarrativa Audiovisual Publicitaria

AutorMORENO SÁNCHEZ, I.

EditorialPaidós

TítuloEl lenguaje y los problemas del conocimiento

AutorCHOMSKY, N.

EditorialVisor

TítuloLa luz en el Cine

AutorREVAULT D'ALLONES, F.

EditorialCátedra

TítuloLa dimensión sonora del lenguaje audiovisual

AutorRODRÍGUEZ BRAVO, A.

EditorialPaidós

TítuloTeoría y técnica cinematográfica

AutorEISENSTEIN, S.

EditorialRialp

TítuloOn interactive Storytelling

AutorCRAWFORD, C.

EditorialNew Riders

TítuloJuego. Historia, teoría y práctica del diseño conceptual de videojuegos

AutorLÓPEZ BARINAGA, B.

EditorialAlesia Games

TítuloLa Narración Gráfica

AutorEISNER, W.

EditorialNorma