Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Diploma en Técnicas de Creación (Título Propio asociado a Publicidad)
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
Asignatura:	Story Telling y Contenidos Transmedia

Tipo:	Propia Obligatoria	Créditos ECTS:	3
Curso:	2	Código:	33313
Periodo docente:	Cuarto semestre		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	75		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Óscar Javier Estupiñán Estupiñán	o.estupinan.prof@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Se estudiará el concepto de Storytelling, tanto en su dimensión teórica como práctica, y como instrumento orientado al desarrollo de guiones, spots y campañas 360º.

En esta asignatura aprenderemos el arte de narrar historias desde un punto de vista 100% práctico. Durante el curso, desarrollaremos un proyecto final en el que trabajaremos durante toda la asignatura aplicando los conocimientos teóricos adquiridos en cada sesión. Dicho proyecto, consiste en la elaboración de una acción de branded content para una marca que seleccionemos: una serie de ficción destinada al mundo del podcast. Además, adaptaremos nuestra historia a un formato visual y crearemos un argumento de venta.

OBJETIVO

Durante la asignatura haremos un recorrido por los diferentes elementos que componen una historia con el objetivo final de ser capaces de contar nuestras propias historias. La meta que perseguimos es, primero, que el alumno sea capaz de crear una historia desde cero y segundo, que el alumno se capaz de adaptarla a diferentes medios y soportes. Al finalizar el curso, el alumno habrá trabajado como seleccionar un tema, crear una estructura, cear unos personajes, desarrollar la trama, componer una historia y adpatarla a diferentes medios y soportes además de crear un concepto de venta.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

No son precisos

CONTENIDOS

Trataremos el storytelling en su sentido más amplio y estudiaremos los elementos principales para contar una historia. De la misma forma, veremos estrategias que nos ayuden a mejorar la manera de expresar exactamente lo que queremos y conectar así con nuestra audiencia. Finalmente, adaptaremos nuestra historia a diferentes formatos.
La asignatura quedaría divida en los siguientes temas:

1 Algo de qué hablar sobre una marca.
2 La importancia de cómo lo decimos.
3 . Elementos que intervienen en la creación de historia.
4. El tema/ El concepto.
5. Elementos estructurales.
6. La trama.
7. Los personajes.
8. Estructura narrativa.
9. Géneros.
10. Narrador.
11. El dialogo.
12. Adaptación de una historia a un formato visual.
13. Adaptación de una historia a formato podcast.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La asignatura se fundamenta en la alternancia entre exposiciones teóricas del profesor y la aplicación práctica por parte de los alumnos al proyecto final. De esta forma, alternaremos sesiones teóricas con sesiones prácticas que los alumnos deberán preparar previamente, pero que además trabajaremos en clase.
El proyecto final consistirá en la creación de una acción de branded content para una marca: la ideación de una serie de ficción destinada al medio podcast.
Podemos dividir este proyecto en las siguientes actividades:

1. Selección y análisis de una marca y de un tema acorde con su identidad, para la ideación de una historia con la que de alguna manera dicha marca se identique.
3. Definición de los elementos estructurales de la historia.
4. Definición de personajes.
5. Desarrollo de la historia.
6. Adaptación de la historia a un concepto visual.
7. Adaptación de la historia a formato podcast.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
30 horas	45 horas

COMPETENCIAS

Aprender a escribir relatos en el contexto publicitario. Adaptación de los relatos a la identidad de las marcas u organizaciones.
Desarrollar la creatividad escrita, el desarrollo de personajes o roles y su integración al servicio de la historia.
Desarrollar criterio creativo en el contexto de la publicidad escrita, oral y de contenidos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar la asignatura, el alumno habrá perfeccionado su habilidad para contar historias con el conocimiento de técnicas y estrategias que pondrán en práctica durante todo el curso.
De la misma forma, el alumno habrá aprendido y practicado la forma de usar esta técnica en el ámbito de las comunicación de las marcas siendo capaz de crear una campaña global con el storytelling como protagonista.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación de la asignatura tiene carácter continuo y formativo teniendo especial importancia el resultado final del proyecto que iremos trabajando a lo largo del curso. De esta forma, el sistema de evaluación quedaría distribuido de la siguiente manera:

2. Prácticas semanales 40%
Las prácticas nos permitirán ir desarrollando nuestro proyecto en diferentes fases y cumplir los tiempos y requisitos exigidos será fundamental para el resultado final.
3. Proyecto final 60%
El proyecto final, recojerá todo lo aprendido y aplicado durante el curso y por ello tendrá el peso principal de la asignatura.
Es necesario tener todas las partes aprobadas para poder aprobar el curso.
Los alumnos con dispensa deberán ponerse en contacto con el profesor para poder desarrollar el proyecto pudiéndose adaptar a las diferentes circunstancias.
Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a los establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Lupton, Ellen (2018) Narrativa visual. Creación de estructuras visuales para cine, vídeo y medios digitales

RUIZ COLLANTES, Xavier Retórica Creativa. Programas de ideación publicitaria