

**Guía docente de la asignatura**

Asignatura	LABORATORIO MULTIMEDIA		
Materia	Comunicación, Creación y Producción Publicitarias		
Módulo	M3		
Titulación	GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS		
Plan	458	Código	42894
Periodo de impartición	Segundo Cuatrimestre	Tipo/Carácter	Optativa
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	Cuarto
Créditos ECTS	3		
Lengua en que se imparte	Castellano		
Profesor/es responsable/s	Beatriz Moreno Palacios, José Carlos Cañadas		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	beatriz.moreno@uva.es joseccj@hmca.uva.es		
Horario de tutorías			
Departamento	HMCA		

ENLACE PARA CLASE ONLINE**1. Situación / Sentido de la Asignatura****1.1 Contextualización**

La asignatura es optativa y forma parte de las herramientas prácticas y habilidades de manejo de programas para ser capaces de crear, componer y hacer visible una propuesta publicitaria o comunicativa en diferentes soportes adaptada a canales diversos. Se precisa un amplio manejo de las habilidades visuales y sonoras, composición y encuadre, ritmo y tiempo. Capacita para ejercitar las habilidades narrativas y expresivas con arreglo a diversos recursos que la tecnología provee.

1.2 Relación con otras materias

Se relaciona con todas las materias del grado y en especial con todas las que dependen del área de comunicación, ya que constituye la base teórico-práctica desde la que se piensan y desarrollan las acciones de comunicación que hay que implementar dentro del marco de la publicidad

Esta asignatura está vinculada más estrechamente con las asignaturas obligatorias:

OB.13.M3. Lenguaje publicitario.

OB.14.M3. Ideas, métodos y estrategias creativas: el plan o proyecto creativo.

OB.15.M3. Procesos de creación del mensaje publicitario: medios y soportes.



OB.16.M3. Producción y realización publicitarias.

También tiene vinculación con la asignatura optativa:

OP.11.M3. Narrativa publicitaria.

OP.18.M3. Creatividad on line.

OP.19.M3. Laboratorio de fotografía publicitaria.

OP.20.M3. Laboratorio de diseño gráfico

OP.22.M3. Laboratorio audiovisual digital

1.3 Prerrequisitos

Ninguno.

2. Competencias

2.1 Generales

CG-1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo.

CG-2 Capacidad de aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer 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.

CG-4 Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CG-6 Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional, compromiso que debe potenciar la idea de responsabilidad social, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos.

2.2 Específicas

CE-1 Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.

CE-3 Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.

CE-5 Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.

CE-6 Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales: posibilidad de formar parte de los equipos directivos (entendiendo el término en el sentido amplio de emprendedor e incluyendo actividades institucionales y sin ánimo de lucro), y de adaptarse a su cultura, haciéndolos compatibles e incluso sinérgicos.

Profesionales

CE-14 Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas.



CE-15 Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.

CE-16 Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa.

CE-17 Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos e intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma.

CE-18 Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación con especial énfasis en la creación de nuevos soportes.

Transversales

CE-20 Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.

CE-21 Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad que le permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos.

3. Objetivos

Los grandes resultados de la enseñanza y del aprendizaje que se pretenden en esta materia se formulan en las siguientes realizaciones que se entienden que han sido medidos y cuantificados en la realización de las distintas actividades y sus sistemas de evaluación:

- 1.- Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de los mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.
- 2.- Estudio y evolución de los aspectos industriales, sociales y estéticos que inciden en las transformaciones de los elementos, formas y procesos de la comunicación publicitaria.
- 3.- Adquisición de los conocimientos básicos para la comprensión e interpretación de los comunes procesos de investigación de la creatividad publicitaria, así como de los medidores estadísticos y fuentes de datos necesarios para ello.

4. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	10	Estudio y trabajo autónomo individual	22,5
Clases prácticas		Estudio y trabajo autónomo grupal	22,5
Laboratorios	20		
Prácticas externas, clínicas o de campo			
Seminarios			
Otras actividades			
Total presencial	30	Total no presencial	45

5. Bloques temáticos



Bloque 1:

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

La asignatura tiene como fin que los alumnos aprendan a llevar sus proyectos creativos a la práctica.

Este laboratorio les ayuda a dar el paso de la creatividad al mensaje publicitario terminado.

b. Objetivos de aprendizaje

Aprender a manejar aplicaciones de índole profesional para el desarrollo de productos multimedia.

c. Contenidos

Este laboratorio está orientado a la aplicación práctica de ideas creativas. Para ello se revisarán conceptos teóricos aplicables al diseño de productos multimedia.

Se pueden dividir los contenidos en dos bloques interconectados:

- Principios Teóricos del Diseño Multimedia.
- Principios Prácticos del Diseño Multimedia.

d. Métodos docentes

1. Presentación en el aula de los conceptos utilizando el método de la lección magistral, donde se expondrán los diferentes tipos de piezas publicitarias y sus características en función de los canales y medios.
2. Elaboración en el laboratorio de diferentes piezas en un contexto de taller especializado. El alumno resolverá en el aula, bajo la supervisión de las profesoras, los ejercicios propuestos durante la revisión teórica de los conceptos.

e. Plan de trabajo

Todas las actividades se desarrollarán en el aula.

Cada día se propondrá un ejercicio práctico que los alumnos tendrán que repetir y entregar antes de abandonar el aula.

f. Evaluación

La evaluación del alumno estará basada en la realización de las prácticas propuestas en clase.

En caso de no asistencia, o no superar la asignatura por evaluación continua, el alumno deberá someterse a un examen práctico en el que tendrá que resolver, de manera autónoma, las prácticas desarrolladas con los programas aprendidos durante el curso, en la 2ª convocatoria.



6. Temporalización (por bloques temáticos)

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
Total	3	
Parte Teórica	1	Todo el cuatrimestre
Parte Práctica	2	Todo el cuatrimestre

7. Tabla resumen del sistema de calificaciones

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
EVALUACIÓN POR PROYECTOS	100%	Opción única.

8. Consideraciones finales