



Guía Docente

Datos Identificativos				
				2015/16
Asignatura (*)	Técnicas de Análise Audiovisual	Código	615518019	
Titulación				
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	2º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	3
Idioma	CastelánGalego			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Humanidades			
Coordinación	Quintas Froufe, Natalia	Correo electrónico	n.quintas.froufe@udc.es	
Profesorado	Diaz Gonzalez, Maria Jesus	Correo electrónico	m.j.diaz@udc.es	
	Quintas Froufe, Natalia		n.quintas.froufe@udc.es	
Web				
Descrición xeral	Nun mundo globalizado e interconectado polas tecnoloxías da información e da comunicación, faise imprescindible para o analista e investigador social e de mercados unha formación que comprenda as metodoloxías de análise das mensaxes audiovisuais. A devandita análise considera tanto a dimensión informativa coma a persuasiva.			

Competencias / Resultados do título

Código	Competencias / Resultados do título

Resultados da aprendizaxe

Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
Coñecer as metodoloxías de análise dos produtos e mensaxes audiovisuales. A devandita análise considera tanto a dimensión informativa coma a persuasiva.	AM1 AM5 AM6 AM11	BM1 BM5 BM6	
Aplicar as principais técnicas de análise audiovisual e avaliar produtos e mensaxes audiovisuais mediante as técnicas aprendidas.	AM2 AM3 AM4 AM8 AM9 AM10	BM2 BM3 BM4 BM8	
Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común.		BM7 BM9 BM10 BM11	

Contidos

Temas	Subtemas
Tema 1. A mensaxe audiovisual.	Definición e principais características. A súa influencia nos hábitos de consumo.
Tema 2. Técnicas de análise aplicadas á mensaxe audiovisual.	Planificación e deseño. Técnicas cuantitativas e cualitativas.
Tema 3. Avaliación de produtos e mensaxes audiovisuais.	Mensaxes comerciais Mensaxes informativas

Planificación



Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A1 A5 A6 A11 B1 B5 B6	8	9	17
Obradoiro	A2 A3 A4 A8 A9 A10 B2 B3 B4 B7 B8 B9 B10 B11	12	34	46
Presentación oral	A10 B1 B4 B6 B8 B10 B11	2	7	9
Atención personalizada		3	0	3

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	Exposición oral complementada co uso de medios audiovisuais e a introdución dalgunhas preguntas dirixidas aos estudantes, coa finalidade de transmitir coñecementos e facilitar a aprendizaxe.
Obradoiro	Traballo en grupo para a aplicación práctica das técnicas de análise das mensaxes audiovisuais. Realizaranse estudo de caso.
Presentación oral	Exposición oral e defensa do traballo en grupo desenvolvido no taller.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Obradoiro	As profesoras estarán a disposición do alumnado a través das titorías presenciais ou do correo electrónico.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Obradoiro	A2 A3 A4 A8 A9 A10 B2 B3 B4 B7 B8 B9 B10 B11	O devandito traballo estará planificado en diferentes fases e en cada unha delas haberá que presentar resultados. É necesario aprobar a actividade desenvolvida no taller para que esta nota faga media coa presentación oral. Se o taller non se aproba, a materia resulta automaticamente suspensa.	70
Presentación oral	A10 B1 B4 B6 B8 B10 B11	Presentación da actividade desenvolvida no taller. A realización desta presentación é obrigatoria para optar á avaliación da materia.	30

Observacións avaliación
Os alumnos deberán consultar semanalmente o Campus Virtual (Moodle) porque a través deste espazo docente virtual se lles comunicará toda a información necesaria sobre a materia: documentos, avisos e cualificacións.

Fontes de información



Bibliografía básica	<ul style="list-style-type: none">- Brisset, Demetrio E. (2011). Análisis fílmico y audiovisual . Barcelona : UOC.- Santos Martínez, C.J. (2013). Análisis audiovisual y publicitario actuales. Madrid : Vision Libros- García Uceda, M. (2011). Las claves de la publicidad. Madrid : ESIC- Martínez Albertos, J. L. (ND). El mensaje informativo periodismo en radio, TV y cine. Barcelona: ATE- Remaury, Bruno (2005). Marcas y relatos. La marca frente al imaginario cultural contemporáneo. Barcelona: Gustavo Gili- González Requena, J.L. (2007). El Spot publicitario: la metamorfosis del deseo . Barcelona: Cátedra- Igartua Perosanz, J.J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación . Barcelona: Bosch- Esteban Talaya, A. y Molina Collado, A. (Coord.) (2014). Investigación de mercados . Madrid: ESIC- Ruiz Olabuénaga, J. I. (2012). Teoría y práctica de la investigación cualitativa . Bilbao : Universidad de Deusto
Bibliografía complementaria	

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións

(*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías