



| Guía docente | | | | |
|-----------------------|--|--------------------|-------------------------|----------|
| Datos Identificativos | | | | 2023/24 |
| Asignatura (*) | Publicidad audiovisual | Código | 616G01012 | |
| Titulación | Grao en Comunicación Audiovisual | | | |
| Descriptorios | | | | |
| Ciclo | Periodo | Curso | Tipo | Créditos |
| Grado | 1º cuatrimestre | Segundo | Obligatoria | 6 |
| Idioma | CastellanoGallego | | | |
| Modalidad docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | Socioloxía e Ciencias da Comunicación | | | |
| Coordinador/a | Quintas Froufe, Natalia | Correo electrónico | n.quintas.froufe@udc.es | |
| Profesorado | Quintas Froufe, Natalia | Correo electrónico | n.quintas.froufe@udc.es | |
| Web | | | | |
| Descripción general | La finalidad principal de la asignatura Publicidad Audiovisual es conocer los principios teórico-prácticos de la comunicación publicitaria para afrontar la elaboración de sus mensajes. | | | |

| Competencias del título | |
|-------------------------|---|
| Código | Competencias del título |
| A1 | Comunicar mensajes audiovisuales. |
| A2 | Crear productos audiovisuales. |
| A3 | Gestionar proyectos audiovisuales. |
| A6 | Conocer el sector audiovisual: la oferta y las audiencias. |
| A7 | Conocer las técnicas de creación y producción audiovisual. |
| A10 | Conocer el marco legal y deontológico. |
| A12 | Conocer los principales códigos del mensaje audiovisual. |
| B9 | Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común. |
| C1 | Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras |
| C2 | Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse. |
| C3 | Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida. |
| C4 | Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad. |

| Resultados de aprendizaje | | | |
|--|-------------------------|----|----------|
| Resultados de aprendizaje | Competencias del título | | |
| - Crear mensajes de carácter publicitario, especialmente en lo que se refiere a productos audiovisuales. | A2 A3 A7 | B9 | C1 |
| - Conocer la historia de la publicidad. | A6 | B9 | C3 |
| - Conocer y desarrollar las diferentes técnicas de creatividad. | A12 | B9 | C2 C4 |
| - Conocer los límites legales de la actividad publicitaria. | A10 | B9 | C3 |
| - Saber elaborar un mensaje publicitario de forma autónoma. | A1 A2 A7 | B9 | C1 C2 |

| Contenidos | |
|------------|---------|
| Tema | Subtema |
| | |



| | |
|---|--|
| Unidad didáctica 1. La Publicidad: conceptualización teórica. | a) Definición de la publicidad b) Síntesis histórica de la publicidad c) Los medios y soportes publicitarios d) La nueva publicidad |
| Unidad didáctica 2. Técnicas de creatividad publicitaria. | a) Definición de creatividad b) El proceso creativo: técnicas y métodos c) Certámenes de creatividad publicitaria |
| Unidad didáctica 3. Estrategias publicitarias y creación de campañas. | a) Análisis previo a la campaña, los objetivos publicitarios y el briefing b) El público objetivo c) La estrategia de contenido, creativa y medios d) Evaluación de la eficacia |
| Unidad didáctica 4. Estructura del mercado publicitario y las agencias de publicidad. | a) El anunciante b) Las empresas y agencias de publicidad c) La inversión publicitaria |
| Unidad didáctica 5. Los límites de la Publicidad. | a) Marco jurídico de la Publicidad b) Autorregulación |

| Planificación | | | | |
|------------------------|------------------------|--------------------|--|---------------|
| Metodologías / pruebas | Competencias | Horas presenciales | Horas no presenciales / trabajo autónomo | Horas totales |
| Taller | A1 A2 A3 C1 C2 | 29 | 29 | 58 |
| Lecturas | A6 A12 | 1 | 3 | 4 |
| Sesión magistral | A6 A7 A10 A12 C3 C4 | 29 | 58 | 87 |
| Atención personalizada | | 1 | 0 | 1 |

(*) Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

| Metodologías | |
|------------------|---|
| Metodologías | Descripción |
| Taller | Modalidad formativa orientada a la aplicación de aprendizajes en la que se pueden combinar diversas metodologías/pruebas (exposiciones, simulaciones, debates, solución de problemas, prácticas guiadas, etc) a través de la que el alumnado desarrolla tareas eminentemente prácticas sobre un tema específico, con el apoyo y supervisión del profesorado. La realización del taller se realizará, en la mayoría de los casos, de forma presencial. |
| Lecturas | Son un conjunto de textos y documentación escrita que se han recogido y editado como fuente de profundización en los contenidos trabajados. |
| Sesión magistral | Exposición oral complementada con el uso de medios audiovisuales y la introducción de algunas preguntas dirigidas a los estudiantes, con la finalidad de transmitir conocimientos y facilitar el aprendizaje. La clase magistral es también conocida como ?conferencia?, ?método expositivo? o ?lección magistral?. Esta última modalidad se suele reservar a un tipo especial de lección impartida por un profesor en ocasiones especiales, con un contenido que supone una elaboración original y basada en el uso casi exclusivo de la palabra como vía de transmisión de la información a la audiencia. |

| Atención personalizada | |
|------------------------|-------------|
| Metodologías | Descripción |
| | |



| | |
|--------|---|
| Taller | <p>En los talleres los/as alumnos/as recibirán atención personalizada para llevar a cabo los trabajos requeridos en cada uno de ellos.</p> <p>Los/las alumnos/las recibirán también atención personalizada a través de las siguientes herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none">- Correo electrónico: según las demandas del alumnado.- Campus Virtual: semanalmente y según las necesidades del alumnado.- Microsoft Teams: según la necesidad del alumnado. |
|--------|---|

| Evaluación | | | |
|------------------|------------------------|---|--------------|
| Metodologías | Competencias | Descripción | Calificación |
| Sesión magistral | A6 A7 A10 A12 C3 C4 | La evaluación de la sesión magistral se realizará a través de un examen teórico-práctico que supondrá el 30% de la calificación final. | 30 |
| Taller | A1 A2 A3 C1 C2 | La evaluación del taller se realizará a través de la entrega de trabajos prácticos tutelados por la docente que supondrá el 70% de la calificación final. | 70 |

| Observaciones evaluación |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">- La evaluación de los talleres se realizará a través de la entrega de trabajos prácticos tutelados por la docente que supondrá el 70% de la calificación final. Estos trabajos deberán ser entregados en la fecha y en la forma indicada por la docente, de lo contrario no serán evaluados.- La copia de fragmentos de textos sin citar la autoría de la fuente significará la no valoración de los ejercicios.- La evaluación de la sesión magistral se realizará a través de un examen teórico-práctico que supondrá el 30% de la calificación final.- Será necesario alcanzar el valor medio de cada una de las partes para aprobar la asignatura, para ello será obligatorio superar el examen final (con una calificación mínima de 1,5 puntos) y los ejercicios prácticos (con una calificación mínima de 3,5 puntos).- Aquellos estudiantes que no completen el proceso de evaluación continua o/y que no se presentaron al examen de la convocatoria oficial podrán optar a la segunda convocatoria establecida por el calendario de exámenes oficiales de la Facultad de Ciencias da Comunicación. En esta convocatoria el profesor fijará un nuevo plazo de entrega de los trabajos prácticos antes de la fecha prevista para la convocatoria oficial del examen.- Para el alumnado con reconocimiento de dedicación parcial y dispensa académica de exención de asistencia los criterios, actividades y el peso que tendrán en la evaluación será el mismo para las dos oportunidades.- En términos generales, en todos los ejercicios prácticos se valorará la capacidad de expresión, análisis y síntesis; la capacidad crítica, analítica y reflexiva; la redacción, el estilo y la corrección gramatical y ortográfica, así como el cuidado formal en la presentación de los ejercicios.- Ortografía: las posibles faltas de ortografía en los exámenes y trabajos supondrán la no valoración de estos.- La realización fraudulenta de las pruebas o actividades de evaluación, una vez comprobada, implicará directamente la cualificación de suspenso en la convocatoria en que se cometa: el/la estudiante será calificado/a con "suspenso" (nota numérica 0) en la convocatoria correspondiente del curso académico, tanto si la comisión de la falta se produce en la primera oportunidad como en la segunda. Para esto, se procederá a modificar su cualificación en el acta de la primera oportunidad, si fuera necesario. |

| Fuentes de información |
|------------------------|
|------------------------|

