



Fecha Aprobación:  
**23/03/2013**

## UNIVERSIDAD DEL AZUAY

### FACULTAD DE FILOSOFIA LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACION

### ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL

#### Sílabo

#### 1. Datos generales

**Materia:** PUBLICIDAD TELEVISIVA

**Código:** FLC0260

**Créditos:** 5

**Nivel:** 6

**Paralelo:** B6-CMS

**Eje de formación:** PROFESIONAL

**Periodo lectivo:** PERIODO MAR/2013 - JUL/2013

**Total de horas:** 80

**Profesor:** VINTIMILLA UGALDE OSCAR GUSTAVO

**Correo electrónico:** ovintimilla@uazuay.edu.ec

**Prerrequisitos:**

FLC0249 PUBLICIDAD II

FLC0254 PRODUCCION DE VIDEO I

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

La asignatura de publicidad televisiva aporta al estudiante los conocimientos necesarios para elaborar spots y material audiovisual a reproducirse en el medio televisivo. De igual manera proporciona los parámetros y las exigencias que implica la realización de productos para la televisión.

Se pretende abarcar aspectos técnicos, compositivos y creativos al momento de desarrollar publicidad televisiva, teniendo en cuenta la naturaleza del espectador en relación al medio. Se tratará los medios con los cuales se debe competir en la actualidad y las ventajas y desventajas que presenta este tipo de comunicación. Incluye un espacio de análisis de publicidades a nivel local e internacional, que permitirá encontrar elementos que ayuden a la elaboración de publicidades de mayor calidad narrativa a nivel de discurso y de estética visual.

Se relaciona directamente con asignaturas como guiones, video I, publicidad, redacción publicitaria, herramientas gráficas, campañas y multimedia.

### 3. Contenidos

#### 1. Televisión (3 horas)

- 1.1. Breve reseña, puntos de vista y medición de sintonía (2 horas)
- 1.2. Backstage: Personal de televisión (1 horas)

#### 2. Publicidad (7 horas)

- 2.1. Conceptos de publicidad, slogan, etapas del producto publicitario (1 horas)
- 2.2. Publicidad televisiva: Parámetros, regulaciones y adversidades (2 horas)
- 2.3. Audio en la publicidad televisiva (1 horas)
- 2.4. Derechos de autor, aspectos legales, éticos y prácticos (1 horas)
- 2.5. Tendencias del medio (2 horas)

#### 3. Análisis de publicidades televisivas (20 horas)

- 3.1. Visionado de publicidades (10 horas)
- 3.2. Análisis y debate sobre las características comunicacionales (10 horas)

#### 4. Producción (50 horas)

- 4.1. Edición digital para TV: tipos de montaje y normativas (4 horas)
- 4.2. Elaboración de presupuesto (1 horas)
- 4.3. Preproducción, producción y postproducción de spots publicitarios de diversa índole. (45 horas)

### 4. Sistema de Evaluación

#### Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

| <i>Resultado de aprendizaje de la materia</i>   | <i>Evidencias</i>          |
|---|----------------------------|
| <b>bb. Define y desarrolla técnicas para la creación de productos comunicacionales en formato de video.</b>                           |                            |
| - Analiza spots publicitarios para la obtención de factores que aporten una mayor calidad en la comunicación del mensaje audiovisual. | - Documentos digitalizados |
| - Estructura y produce spots publicitarios para televisión.   | - Videos                   |
| - Estudia los elementos y situaciones involucradas en el desarrollo de una producción audiovisual.                                    | - Videos                   |

#### Desglose de Evaluación

| Evidencia | Descripción Evidencia | Contenidos Sílabo Evaluar | Aporte | Calificación | Fch.Aproximada |
|-----------|-----------------------|---------------------------|--------|--------------|----------------|
|           |                       |                           |        |              |                |

## Metodología

### Criterios de Evaluación

- La primera evidencia abarca un análisis comparativo a profundidad para determinar las razones entre la diferencia en contenidos y en técnicas utilizadas entre los comerciales televisivos de la televisión nacional y la de otros países. Se calificará el nivel de investigación, redacción, ortografía y presentación de criterios bajo una sesión de trabajo a manera de mesa redonda. Trabajo en parejas (5 puntos) - El examen interciclo involucra el desarrollo de un spot en base a un tema y criterios entregados por el profesor. La originalidad, la idea, la producción, la postproducción y la calidad del producto final serán los criterios a evaluar. Trabajo en parejas (10 puntos) - Para la tercera evidencia: ¿recreación de un spot¿, se evaluará la responsabilidad individual y de equipo en el proceso de producción, la postproducción y el producto final. Trabajo grupal (2.5 puntos) y edición en parejas (2.5 puntos) - La cuarta evidencia trata la elaboración de un spot en el cual se contemple un mensaje de aporte a la sociedad. Se calificará la originalidad, el concepto, el mensaje, la producción, postproducción y el producto audiovisual final. Trabajo en parejas (5 puntos) - Para el desarrollo del spot en base a infografía animada se calificarán los recursos empleados, la composición de los elementos, la calidad del mensaje tanto a nivel narrativo como estético y el producto final. Trabajo en parejas (5 puntos) - La mitad de la evaluación del examen final se basará en la aprobación de guión y de producto final por parte del cliente. La otra mitad será calificada según las características técnicas y comunicacionales del video. Trabajo en parejas (20 puntos)

## 5. Textos y otras referencias

### Libros

#### BIBLIOGRAFÍA BASE

- Burrows, Thomas D.(2003). Producción de video: disciplinas y técnicas. México: McGraw-Hill. A través del profesor.
- Páramo, José Antonio.(2002). Cine y TV: terminología técnica. España: Espasa. A través del profesor.
- Worthington Charlotte.(2009). Producción. España: Parramón. A través del profesor.

### Web

#### BIBLIOGRAFÍA BASE

- Fernández, María de la Luz. Obtenido de Los que "piensan" la publicidad televisiva: <http://biblioteca.universia.net>.
- Valera Bernal, Javier. Obtenido de Análisis de publicidad en televisión: <http://www.comminit.com/en/node/149677/37>.

### Software

#### BIBLIOGRAFÍA BASE

- ADOBE. MASTER COLLECTION. CS5 / CS6. UDA.

---

Docente

---

Director Junta

Fecha Aprobación: **23/03/2013**

**APROBADO**