

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Tecnología, Edición de Vídeo y Diseño

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (PGR-PUBLICI)

GRUPO: 2526-M1

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Básico

ECTS: 6,0

CURSO: 1º

SEMESTRE: 1º Semestre

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL PROFESOR

NOMBRE Y APELLIDOS: JOSÉ DAVID ÁLVAREZ ALONSO

EMAIL: jdalvarez@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

HORARIO DE TUTORÍAS: Miércoles a las 10:00 horas

CV DOCENTE:

Licenciado en Ciencias de la Información y Comunicación Audiovisual por la Universidad Pontificia de Salamanca. Editor, redactor y presentador de televisión durante 10 años en televisiones de Castilla y León y Castilla-La Mancha.

Profesor de la UEMC desde setiembre de 2005.

Desde 2024 es acreditado como operador con tecnologías habilitadoras digitales en entornos IT y OT, incluidas en la Cualificación Profesional IFC823_2 a efectos de correspondencia con el Marco Europeo de Competencias Digitales (DigComp), en el Nivel B2.

CV PROFESIONAL:

Licenciado en Ciencias de la Información y Comunicación Audiovisual por la Universidad Pontificia de Salamanca. Editor, redactor y presentador de televisión durante 10 años en televisiones de Castilla y León y Castilla-La Mancha.

Profesor de la UEMC desde setiembre de 2005.

Desde 2024 es acreditado como operador con tecnologías habilitadoras digitales en entornos IT y OT, incluidas en la Cualificación Profesional IFC823_2 a efectos de correspondencia con el Marco Europeo de Competencias Digitales (DigComp), en el Nivel B2.

CV INVESTIGACIÓN:

Miembro del grupo de investigación DIPRODOCUS dirigido por Francisco José García Gómez

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

La asignatura Tecnología, edición de vídeo y diseño permite al alumnado conocer todo lo que tiene que ver con el diseño gráfico con el fin de profundizar en aspectos más prácticos como son los dispositivos de imagen, así como las plataformas y software de trabajo. Todo ello, con el fin de ofrecer al alumnado una visión general en materia de vídeo y diseño.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **Tema 1: Color**
 1. Teoría del color y fundamentos del diseño gráfico.: Teoría del color y fundamentos del diseño gráfico.
2. **Tema 2: Captación de imagen**
 1. Dispositivos de captación de imagen: conceptos básicos.: Dispositivos de captación de imagen: conceptos básicos.
3. **Tema 3: Procesado digital**
 1. Procesado de imagen y sonido digital.: Procesado de imagen y sonido digital.
4. **Tema 4: Plataformas digitales**
 1. Trabajo en imagen para plataformas digitales.: Trabajo en imagen para plataformas digitales.
5. **Tema 5: Software de edición**
 1. Software de edición digital Adobe Premiere

OBSERVACIONES CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

Todos los contenidos impartidos en esta asignatura se desarrollan en el laboratorio donde cada alumno cuenta con un ordenador personal y su licencia de Adobe también personal. Estos contenidos, impartidos desde el ordenador del profesor, se complementan con una enseñanza individualizada, alumno por alumno, puesto por puesto, asegurando en todo momento que aquello que se imparte y luego se implementa de manera individual quede bien marcado y estructurado. Para que ningún alumno se sienta desplazado, independientemente del nivel tecnológico con el que llegue a la asignatura. De manera constante, el profesor recorre todos los puestos resolviendo dudas o añadiendo trabajos sobre la marcha dependiendo de cómo él mismo observa el devenir de la docencia.

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Además de lo establecido en esta guía, el alumno contará con otros recursos entre los que se encuentran documentales y proyecciones que se proyectarán en el aula. También, como he mencionado, cada alumno cuenta con su ordenador y su software personalizado que contará con la ayuda del docente para cualquier duda en todo momento. De hecho, el profesor pasa una mínima parte del tiempo en su puesto principal. Los recursos de aprendizaje se solidifican también con las presentaciones individuales que realizan los alumnos como con las grupales, ambas en las últimas semanas del curso. Para llegar a ese punto tendrán que recorrer un camino que viene marcado en esta guía y que se fundamenta en pruebas semanales puntuables y que conformarán la nota final del alumno.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se define a través de grandes competencias (GC), ubicadas temporalmente en esta categoría de "competencias generales"
- GC02. Competencia para la elaboración de géneros publicitarios y de las relaciones públicas y el desempeño de distintos perfiles profesionales. Conocer la evolución de la Publicidad y las Relaciones Públicas, los diferentes mecanismos de actuación, su implicación y proyección social, y las diversas técnicas y estéticas desarrolladas a lo largo de la historia y en la actualidad, adaptándose a los nuevos perfiles profesionales provenientes de la comunicación digital.
- GC03. Competencia para la competencia digital. Conocer, analizar, criticar y aplicar el potencial digital y sus posibilidades creativas en la difusión y elaboración de contenidos de calidad, la búsqueda de información y las estrategias de colaboración y comunicación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los

resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- SbC2.1_Sucompetencia_Interpretar la evolución de la profesión de las relaciones públicas y la publicidad así como sus géneros y metodologías de aplicación.
- SbC2.2_Sucompetencia_Elaborar y definir diferentes técnicas propias de la profesión acorde a las necesidades del entorno para cubrir las necesidades del mercado.
- SbC3.1_Sucompetencia_Interpretar y valorar los avances tecnológicos digitales para su uso en la comunicación.
- SbC3.2_Sucompetencia_Desempeñar la comunicación digital atendiendo a su potencial creativo y de calidad.
- C2.1_Conocimiento_Comprender en profundidad todas las técnicas propias de la profesión para un buen desarrollo profesional.
- C2.2_Conocimiento_Conocer e interpretar los diferentes géneros existentes en publicidad y relaciones públicas para el desempeño de los diferentes perfiles profesionales.
- C3.1_Conocimiento_Conocer los elementos, técnicas y estrategias de la comunicación digital.
- C3.2_Conocimiento_Comprender el potencial y el contexto de la comunicación digital para el desempeño de la publicidad y las relaciones públicas
- H2.2_Habilidad o destreza_Elaborar e interpretar propuestas de forma adecuada utilizando las diferentes metodologías propias de la profesión.
- H3.1_Habilidad o destreza_Aplicar las tecnologías digitales al ámbito de la comunicación digital.
- CT2.1_Competencia transversal, valor o actitud_Developar una alta capacidad de liderazgo y resolución de problemas, con capacidad para ofrecer soluciones creativas en situaciones complejas.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Itten, J. (1961): The Art of Color: The Subjective Experience and Objective Rationale of Color. . Wiley. ISBN: ISBN: 978-0471289296
- Albers, J. (2006): Interaction of Color. Yale University Press. ISBN: 978-0300115956
- Eiseman, L. (2000): Pantone Guide to Communicating with Color. Grapix Press Ltd. . ISBN: 978-9650061539
- Birren, F. (1978): Color Perception in Art.. Van Nostrand Reinhold Company. ISBN: 978-0442243591
- Westland, S., Ripamonti, C., & Cheung, V. (2007): Computational Colour Science Using MATLAB. John Wiley & Sons. . ISBN: 978-0470869260
- White, A. (2002): Fundamentos del diseño gráfico. Ediciones Anaya. ISBN: 978-8441532518
- Lupton, E. (2007): Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students. . Princeton Architectural Press. ISBN: 978-1568989693
- Busch, D. D. (2014): Digital SLR Cameras and Photography For Dummies. For Dummies. ISBN: 978-1118951292
- Grey, A. (2017): The Smartphone Photography Guide: Shoot, Edit, Experiment, Share. White Lion Publishing. ISBN: 978-0711240673
- Patterson, R. (2016): Mastering Lightroom: Book Three - Advanced Editing and Processing. CreateSpace Independent Publishing Platform. ISBN: 978-1530139147
- Kelby, S. (2019): The Adobe Photoshop CC Book for Digital Photographers. New Riders. ISBN: 978-0134545116
- Owsinski, B. (2017): The Mixing Engineer's Handbook. Bobby Owsinski Media Group. ISBN: 978-0998503346

- Weischer, C. (2021): Optimizing Video Content for Social Media. . ISBN: 978-1800941770
- Greenberg, J. (2020): Adobe Premiere Pro CC Classroom in a Book. Adobe Press. ISBN: 978-0135298899

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Heidorn, R. (2016): Marketing on Social Media. Createspace Independent Publishing Platform. ISBN: 978-1539631420

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Herramienta de Adobe para la creación y combinación de paletas de color.](https://color.adobe.com/) (https://color.adobe.com/)
 Herramienta de Adobe para la creación y combinación de paletas de color.

[Generador de paletas de colores y armonía cromática.](http://paletton.com/) (http://paletton.com/)
 Generador de paletas de colores y armonía cromática.

[Reseñas y análisis de cámaras fotográficas y de vídeo.](https://www.dpreview.com/) (https://www.dpreview.com/)
 Reseñas y análisis de cámaras fotográficas y de vídeo.

[Consejos y tutoriales para la captura de imagen con cámaras y dispositivos móviles.](https://digital-photography-school.com/) (https://digital-photography-school.com/)
 Consejos y tutoriales para la captura de imagen con cámaras y dispositivos móviles.

[Recursos para fotógrafos y videógrafos, incluyendo técnicas y equipos.](https://fstoppers.com/) (https://fstoppers.com/)
 Recursos para fotógrafos y videógrafos, incluyendo técnicas y equipos.

[Recursos y guías sobre el uso de Adobe Lightroom.](https://www.lightroomqueen.com/) (https://www.lightroomqueen.com/)
 Recursos y guías sobre el uso de Adobe Lightroom.

[Página oficial de Audacity con recursos y tutoriales.](https://www.audacityteam.org/) (https://www.audacityteam.org/)
 Página oficial de Audacity con recursos y tutoriales.

[Recursos sobre marketing digital y redes sociales.](https://blog.hubspot.com/marketing) (https://blog.hubspot.com/marketing)
 Recursos sobre marketing digital y redes sociales.

[Centro de ayuda oficial de Adobe con tutoriales y guías para Premiere Pro, Photoshop, After Effects y Audition.](https://helpx.adobe.com/) (https://helpx.adobe.com/)
 Centro de ayuda oficial de Adobe con tutoriales y guías para Premiere Pro, Photoshop, After Effects y Audition.

[Página oficial de DaVinci Resolve con tutoriales y guías.](https://www.blackmagicdesign.com/) (https://www.blackmagicdesign.com/)
 Página oficial de DaVinci Resolve con tutoriales y guías.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

Se utilizará el método didáctico para la exposición de los contenidos teóricos básicos de la asignatura por parte del profesor como introducción en todas las sesiones presenciales.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Este método estará presente en cada una de las sesiones presenciales. A partir de la exposición teórica, se planteará cada día a los estudiantes la relación del tema o concepto estudiado para ver cómo expresan su opinión, interaccionan con el resto de compañeros/as y aportan su propio punto de vista.

MÉTODO HEURÍSTICO:

Se desarrollará a través de la metodología Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) que plantea una problemática o reto real para resolverlo a través del manejo de fuentes, los conocimientos adquiridos en el aula, la reproducción de entornos profesionales mediante el trabajo en grupo y la elaboración de un producto final. Las fases y plazos del proyecto estarán pautadas y especificados en la guía correspondiente. El proyecto aunará la adquisición de competencias específicas relacionadas con los contenidos de la asignatura, junto con competencias genéricas como liderazgo, trabajo en equipo, documentación o comunicación, así como el uso de

aplicaciones y nuevas tecnologías.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Temario por semanas

SEMANA 1 Y 2. Teoría del color y fundamentos del diseño gráfico.

SEMANA 3. Fundamentos del diseño gráfico.

SEMANA 4. Dispositivos de captación de imagen. Conceptos básicos.

SEMANA 5. Captura de imagen con dispositivos móviles.

SEMANA 6. Procesado de sonido digital.

SEMANA 7. Procesado de imagen digital.

SEMANA 8. Trabajo en imagen para plataformas digitales.

SEMANA 9. Software de edición digital.

SEMANA 10. Técnicas avanzadas de edición.

SEMANA 11. Corrección de color.

SEMANA 12. Motion Graphics y animaciones digitales. Conceptos básicos.

SEMANA 13. Edición de audio con Audition.

SEMANA 14. Técnicas avanzadas de edición de sonido.

SEMANA 15. Visionado de trabajos grupales e individuales.

Para la mejor comprensión de todos los programas informáticos (edición de video digital y Office), el alumno contará con todo el software necesario para el desarrollo de las actividades. Los programas instalados en los ordenadores de los diferentes laboratorios serán la base para ello.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES:

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	CO	CE
Ejecución de prácticas 1 (4%)				X												X	X	X
Ejecución de prácticas 2 (4%)					X											X	X	X
Ejecución de prácticas 3 (4%)						X										X	X	X
Ejecución de prácticas 4 (5%)							X									X	X	X
Ejecución de prácticas 5 (5%)								X								X	X	X
Ejecución de prácticas 6 (6%)									X							X	X	X
Ejecución de prácticas 7 (6%)										X						X	X	X
Ejecución de prácticas 8 (8%)											X					X	X	X
Ejecución de prácticas 9 (8%)												X				X	X	X
Pruebas orales 1 (25%)													X			X	X	X

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

La asistencia a clase es obligatoria, está recomendada e incide directamente en el desarrollo de las tareas teóricas y prácticas de la asignatura.

A lo largo del cuatrimestre se irán realizando pruebas desde la semana 4 hasta la semana 13 (9 actividades) que son de dos modalidades. Por un lado, la **Ejecución de prácticas** que tienen un porcentaje asignado de la nota final de la asignatura de un 50%. Cada una de las actividades planteadas deben presentarse en tiempo y forma. Hay que realizar, al menos, un 80% de las actividades para poder sumar todos los porcentajes obtenidos. Es decir, es obligatoria la presentación de, al menos, 7 actividades a lo largo del cuatrimestre. De no ser así, la asignatura no podría superarse en convocatoria ordinaria. Los porcentajes de cada una de estas prácticas aparecen arriba detallados.

El alumno deberá realizar y entregar dos proyectos (uno de carácter individual y otro grupal) considerados como **Prueba oral (1 y 2)** con un valor sumado del 25%. (El de carácter grupal tiene un valor del 15% y el

individual del 10%). Ambas se entregarán poco antes de finalizar el curso, en la semana 13. Las dos, de edición digital, se visualizarán en el aula en la semana 14.

Además, en la fecha del examen, y como **Pruebas escritas con un valor del 20%**, se realizará en la fecha y hora indicadas por el calendario de exámenes de la UEMC para esta convocatoria ordinaria y en el laboratorio. El alumno deberá aprobar este examen con un 5 sobre 10 en la convocatoria ordinaria para poder tener acceso al resto de notas obtenidas en el cuatrimestre y, así, hacer media con esta última prueba para conocer la nota final de la asignatura. De no superar esta prueba de convocatoria ordinaria no se tendrían en cuenta las anteriores calificaciones obtenidas.

Para completar el 100% de la nota final se tendrá en cuenta las observaciones personales del docente para cada alumno bajo el epígrafe **técnicas de observación** con un valor del 5% sobre el total.

Las faltas de ortografía, cuando fuera el caso, serán penalizadas.

En el caso de no superar la prueba de la convocatoria ordinaria, el alumno obtendrá como nota final, y en el acta correspondiente de la asignatura, el valor concreto de un 3.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

El alumno se enfrentará en el laboratorio y en el día marcado por el calendario de exámenes de la UEMC a una evaluación extraordinaria que consistirá en una **Ejecución de práctica** ese mismo día, con un valor del **80%** de la nota y una prueba escrita (prueba objetiva tipo test) con un valor del **20%**.

En el caso de no superar la prueba de la convocatoria extraordinaria, el alumno obtendrá como nota final, y en el acta correspondiente de la asignatura, el valor concreto de un 3.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Ejecución de prácticas	50%
Pruebas escritas	20%
Pruebas orales	25%
Técnicas de observación	5%