

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Realización de Video Especializado
PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Comunicación Audiovisual
GRUPO: 1718-T
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Optativo
ECTS: 6,0
CURSO: 4º
SEMESTRE: 2º 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 Luis Carreño Villada
EMAIL: jlcarreno@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00
HORARIO DE TUTORÍAS: Miércoles a las 15:00 horas
BREVE CV: Profesor de la UECM. Técnico Superior en la producción de radio, televisión y espectáculos; Diplomado en Magisterio por la rama de Educación Primaria, Licenciado en Comunicación Audiovisual y con un Máster en la investigación de medios de comunicación como agente social e histórico. Con más de 6 años de experiencia en el entorno televisivo y cinematográfico y 10 años dedicado en la producción de espectáculos y eventos culturales. Colaborador de la revista OCENDI. Observatorio del ocio y entretenimiento digital.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA: Conocimiento de los distintos elementos que entran a formar parte del proceso de la realización de vídeo especializado, ya sea de carácter informativo, empresarial, musical, etc. Estudio pormenorizado de las fases de producción de este tipo de vídeos. Esta asignatura sirve para hacer frente a la producción publicitaria y comunicativa desde el punto de vista de la comunicación audiovisual a la vez que se le enseña al alumno a investigar sobre aspectos relacionados con su campo de conocimiento. El alumno deberá conocer las distintas posibilidades de la comunicación audiovisual a la hora de “construir” un vídeo de carácter especializado. Así mismo deberá tener conocimientos de narrativa audiovisual, producción audiovisual, producción sonora y edición digital para la consecución de los mismos. La asignatura de Realización de Vídeo Especializado tiene carácter optativo en 4º de Grado de Comunicación Audiovisual, perteneciente a la Materia 6, Técnicas y Procesos de la Creación Audiovisual: Guión, Realización y Postproducción de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Información. Está orientada a proporcionar los conocimientos, destrezas y competencias necesarios de los profesionales de la comunicación con el fin de que el alumno sea capaz de manejar y conocer en profundidad las herramientas básicas del funcionamiento tecnológico de los medios audiovisuales en cuanto a la creación de vídeos de carácter empresarial.

Esta asignatura tiene gran importancia dentro del mundo empresarial. La necesidad que tiene toda compañía de darse a conocer es clave para el desarrollo de su actividad, de manera que la correcta elaboración de un vídeo empresarial o corporativo puede ser la punta de lanza de su campaña de comunicación. De igual forma se puede aplicar el uso de estos productos audiovisuales a nivel interno de la empresa, generándose guías “visuales” y manuales de buenas prácticas para sus propios empleados.

Esta asignatura se refuerza también con una parte de investigación en artículos científicos relacionados con la promoción especializada, una forma de atender no solo a aspectos formales prácticos sino también teóricos.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

Tema 1.- Definición y Naturaleza.

Anexo I- El vídeo institucional

Tema 2.- Características principales del vídeo institucional.

Anexo II- Comunicación audiovisual corporativa

Tema 3.- Elementos Singulares.

Anexo III- Vídeo corporativo

Anexo IV- La identidad corporativa en Youtube. Un estudio de caso

Tema 4.- Briefing.

Anexo V- El breafing creativo en las agencias de publicidad: una aproximación cualitativa al caso español.

Tema 5.- El Target.

Anexo VI-La definición del público objetivo en el briefing de medios para la estrategia de comunicación online.

Tema 6.- Tipologías de Clientes.

Anexo VII- Ejemplo de condiciones E-marketing

Tema 7.- Tipologías de vídeo institucional.

Tema 8.- La Estrategia.

Tema 9.- El vídeo marketing.

Tema 10.- Aspectos Esenciales.

Tema 11.- Timing + presupuesto + planificación.

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Las clases teóricas contarán con el apoyo de recursos audiovisuales. Se suministrarán diversos materiales para el correcto seguimiento de las exposiciones teóricas: esquemas, resúmenes, etc.

Para la realización de las prácticas, que tendrá lugar en la sala de postproducción, se utilizaran distintos software de edición digital: Photoshop, premiere, After Effects, etc., así como el uso del material técnico necesario para la captura de imágenes y sonidos (dispositivos de captación, equipo de iluminación y de sonido, etc.).

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS BÁSICAS:

- CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean 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

- CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
- CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
- CB5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG03. Capacidad de liderazgo, iniciativa y espíritu emprendedor
- CG04. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones
- CG05. Capacidad para desarrollar el pensamiento creativo
- CG06. Capacidad para adaptarse al entorno y a nuevas situaciones
- CG07. Capacidad para conocer las culturas y costumbres de otros países, para apreciar la diversidad y multiculturalidad y respetar los derechos humanos universales
- CG08. Capacidad para ejercer con responsabilidad, autonomía, independencia y compromiso ético en la práctica profesional
- CG09. Capacidad para comunicar imágenes, ideas o símbolos
- CG10. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE37. Capacidad para conocer y aplicar las técnicas y procesos de creación y difusión de producciones audiovisuales (cine, televisión, radio, publicidad, hipermedia, videojuego, animación, infografía, música, fotografía o narración gráfica)
- CE40. Capacidad para conocer y aplicar técnicas y procedimientos de la creación plástica de la imagen, la dirección artística y el diseño sonoro a los diferentes soportes audiovisuales
- CE41. Capacidad para diseñar y concebir estéticamente la puesta en escena, la puesta en imágenes y la puesta en serie de una obra audiovisual
- CE44. Capacidad para construir o narrar relatos por medio de discursos audiovisuales
- CE48. Capacidad para analizar y elaborar formatos, géneros, programas y programaciones televisivas, radiofónicas e hipermediáticas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Manejar profesionalmente las herramientas informáticas existentes para el desarrollo del ámbito de diseño publicitario. Adquiriendo un sólido conocimiento teórico sobre los fundamentos del diseño
- Elaborar obras audiovisuales referidas a campos heterogéneos de la industria audiovisual (vídeo científico, empresarial, publicitario, institucional, etc.).

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Barroso García, J. (1996). Realización de los géneros Televisivos. Madrid: Editorial Síntesis.
- Barroso García, J. (1998). Técnicas de Realización de Reportajes y Documentales para Televisión. Madrid: IORTV.
- Bertrand, C. J. (1992). La Televisión en EEUU. ¿Qué nos Puede Enseñar? Madrid: Editorial Rialp.
- Castelló Martínez, A. (2007): *Tendencias en la planificación publicitaria online*. Madrid: AIMC.
- Chaves, N. y Belluccia, R. (2003): La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos, Buenos Aires, Paidós.

- COSTA, J. (2004): Imagen de Marca. El fenómeno social, Barcelona, Paidós.
- Irving, D. K., Rea, P. W. (1998) Producción y Dirección de Cortometrajes y Vídeos. Madrid: IORTV.
- Galindo Rubio, F. (2004) Comunicación audiovisual corporativa. Cómo audiovisualizar la identidad de las organizaciones. Ediciones UPSA. Salamanca.
- Galve, M. (2008) –Canales corporativos en YouTube|. 23 de marzo. Disponible en <http://www.miguelgalve.com/blog/marketing-online/canales-corporativos-en-YouTube/> Consultado el 9 de enero de 2017).
- González Oñate, C. (2006), La continuidad televisiva en la era digital. Nuevos discursos publicitarios de expresión de Identidad Corporativa. El nacimiento de Cuatro. Universitat Jaume I. Castellón. Tesis Doctoral.
- Jenkins, H. (2008). Cultura de la convergencia. Barcelona: Paidós.
- MARTÍN, J.A (1998): La marca. Fundamentos y estrategias, Huelva, IQB.
- Molina Cañabate, J. P. (2008). ¿La identidad visual corporativa de un bufete transmite todos sus intangibles? Un caso práctico: Garrigues|. Área Abierta nº 21, Noviembre.
- Ribeiro Cardoso, P. (2000). Estrategia Creativa Publicitaria: fundamentos e métodos. Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- Sarabia, F.J., De Juan, M.D. y González, A.M. (2009): *Valores y estilos de vida de los consumidores. Cómo entenderlos y medirlos*. Madrid: Pirámide.
- Villafañe, J. (1993). La imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas. Pirámide. Madrid.
- Yorke, I. (1991). Principios Básicos del Reportaje Televisivo. Madrid: IORTV.
- Woolman, M. (2005). Tipografías en Movimiento. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

<http://www.video-corporativo.es/>

Portal web de empresa dedicada al sector del vídeo corporativo

<http://vilaproducciones.es/alquiler/>

Página web dedicada al alquiler de equipos profesionales de audio y vídeo. Puede servir al alumno de cara a establecer un presupuesto de una producción audiovisual para un posible cliente.

<http://www.pedromartin-calero.com/>

Artista vallisoletano de proyección internacional vinculado al mundo de la publicidad.

<http://miltrescientosgramos.com/>

Empresa vallisoleta especializada en la publicidad, el diseño web y la comunicación corporativa.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

- El método didáctico, también denominado doctrinal o expositivo. Donde el alumno seguirá las clases a través de las indicaciones del profesor mediante el visionado de piezas audiovisuales del ámbito del vídeo especializado, corporativo o institucional y el uso de los diferentes materiales.

MÉTODO DIALÉCTICO:

-El método dialéctico: este método se caracteriza por la participación de los alumnos y la intervención de éstos a través del diálogo y de la discusión crítica (seminarios, grupos de trabajo, etc.); este método vendrá marcado por los diferentes anexos que acompañan a cada tema, artículos científicos del ámbito de la asignatura. Se pretende que este tipo de lecturas ayuden al alumno, además de a su formación dentro de la asignatura, a entender cómo

enfrentarse a un texto científico de cara a su TFG. Utilizando este método el alumno adquiere conocimiento mediante la confrontación de opiniones y puntos de vista. Dentro del trabajo autónomo los alumnos deberán realizar trabajos y estudios teóricos y prácticos.

MÉTODO HEURÍSTICO:

- Método heurístico: este método requiere el mínimo grado de intervención magistral basándose en una elevada dosis de iniciativa y creatividad por parte del alumno (problem based learning, clases prácticas en el aula o en el laboratorio, etc.).

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

PLANIFICACIÓN ESTIMADA DE LA ASIGNATURA

SEMANA 1

CLASE PRESENCIAL: Tema 1.- Definición y Naturaleza.

SEMINARIO: Creación de marca. UEMC Music

SEMANA 2

CLASE PRESENCIAL: Tema 1.- Definición y Naturaleza.

Tema 2.- Características principales del vídeo institucional.

SEMANA 3

CLASE PRESENCIAL: Anexo I y Anexo II

Visionado de piezas audiovisuales.

SEMANA 4

SEMINARIO: La creación de imagen de marca. UEMC Music

TUTORÍA GRUPAL

SEMANA 5

CLASE PRESENCIAL: Tema 3.- Elementos Singulares.

SEMANA 6

CLASE PRESENCIAL: Tema 4.- Briefing.

Anexo III y Anexo IV

SEMANA 7

CLASE PRESENCIAL: Tema 5.- El Target.

Anexo V y Anexo VI

TRABAJO EN GRUPO: Vídeo institucional UEMC

SEMANA 8

CLASE PRESENCIAL: Tema 6.- Tipologías de Clientes.

Tema 7.- Tipologías de vídeo institucional.

SEMANA 9

SEMINARIO: Anexo VII

TRABAJO EN GRUPO: Vídeo institucional UEMC

TUTORÍA GRUPAL

SEMANA 10

TRABAJO EN GRUPO: Vídeo institucional UEMC

PRACTICA: Preproducción de nuestro vídeo especializado.

SEMANA 11

CLASE PRESENCIAL: Tema 8.- La Estrategia.

Tema 9.- El vídeo marketing.

SEMANA 12

CLASE PRESENCIAL: Tema 10.- Aspectos Esenciales.

Tema 11.- Timing + presupuesto + planificación.

SEMANA 13

PRACTICAS: Creación audiovisual sobre una empresa real

SEMANA 14

PRACTICAS: Creación audiovisual sobre una empresa real

TUTORÍA GRUPAL

SEMANA 15

SEMINARIOS TUTORIALES PRESENTACIÓN DE TRABAJOS

TUTORÍA GRUPAL

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?	EO	EE
UEMC music				X		X		X		X		X		X		X	X	X
UEMC promocional									X							X	X	X
Proyecto comunicación empresarial															X	X	X	X

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN:

CONVOCATORIA ORDINARIA

El valor del porcentaje de cada una de estas actividades se puede ver en esta guía. Es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

-UEMC Music:

En el proyecto UEMC Music los alumnos deberán diseñar un escenario en el que a lo largo de la asignatura grabarán vídeos musicales en formato de falso directo. En estos vídeos cada alumno será director y productor de dos piezas musicales por lo tanto deberá ser responsable de los diferentes procesos de una producción audiovisual:

- Producción: Gestión de artistas participantes. El alumno deberá encontrar y concertar las sesiones con músicos de la ciudad.

- Sonorización: La toma musical se grabará en directo por lo tanto el alumno deberá plantear los elementos técnicos necesarios para la obtención de tomas efectivas.

- Dirección: El formato necesita de la grabación en directo de 4 posiciones de cámara que se grabarán a la vez y en plano secuencia. Por lo tanto, el director debe dar las indicaciones necesarias para la obtención del producto.

- Edición: Cada director se hará cargo del montaje y etalonaje de dos piezas musicales a través de la edición multicámara.

Una de estas piezas se subirá de forma regular a Youtube a través del canal de UEMC Music vinculado al canal de Universidad Europea Miguel de Cervantes.

Está actividad, al igual que algunos otros proyectos trabajados anteriormente en otras asignaturas y en esta, ayudará al alumno a construir su propio “reel” de cara a su incursión en el mercado laboral.

-Vídeo institucional UEMC:

De forma paralela al UEMC Music, de manera grupal, los alumnos deberán crear una campaña de comunicación para la universidad. Habrá que analizar las campañas anteriores y establecer una nueva campaña de comunicación a través de los diferentes recursos audiovisuales.

-Creación audiovisual sobre una empresa real:

Como proyecto final de la asignatura, y teniendo en cuenta que este es uno de sus proyectos audiovisuales finales de la carrera, el alumno deberá de crear una campaña de comunicación de una empresa real. Se tendrá en cuenta la investigación, la elaboración de la campaña, el guion, la narrativa, la iluminación, la producción, la realización y todos aquellos aspectos trabajados a lo largo de los años de carrera.

·Criterio de evaluación de la nota final:

El alumno obtendrá su calificación en función del resultado alcanzado en las distintas actividades y pruebas de evaluación establecidas, siguiendo las directrices marcadas en el método de evaluación. Todas las pruebas, seminarios, proyectos, etc. que se establezcan deberán ser superados con una nota mínima de 5 para poder realizar la media en la calificación final.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

En caso de convocatoria extraordinaria o para aquellos que no sigan el procedimiento de evaluación continua, se actuará de la siguiente forma:

1º: presentar un trabajo de análisis de un mínimo de 30 folios de un tema que será comunicado por el profesor. Este trabajo teórico tendrá un valor del 30% de la nota final.

2º: realización de un trabajo práctico de edición digital que se ajuste a los estándares del vídeo corporativo, el cual tendrá un valor del 40% de la nota final.

3º: este trabajo práctico irá acompañado de una memoria, cuya valoración será del 10% de la nota final.

4º: el alumno se enfrentará en el laboratorio y en el día marcado por el calendario de exámenes de la UEMC a un trabajo individual de edición digital que tendrá un valor del 20% de la nota final.

NOTAS GENERALES

Se valorarán los contenidos, la presentación, la participación y la capacidad de iniciativa e integración dentro de los grupos de trabajo. Las faltas de ortografía y las abreviaturas se tendrán en cuenta para bajar la nota o incluso suspender la prueba evaluable. Se suspenderán todos los trabajos o tareas por plagio. La nota de la prueba que se entienda por plagiada será de cero.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Trabajos y proyectos	30%
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	40%
Técnicas de observación	5%
Pruebas objetivas	25%

EVALUACIÓN EXCEPCIONAL:

Los estudiantes que por razones excepcionales no puedan seguir los procedimientos habituales de evaluación continua exigidos por el profesor podrán solicitar no ser incluidos en la misma y optar por una «evaluación excepcional». El estudiante podrá justificar la existencia de estas razones excepcionales mediante la cumplimentación y entrega del modelo de solicitud y documentación requerida para tal fin en la Secretaría de la Universidad Europea Miguel de Cervantes en los siguientes plazos: con carácter general, desde la formalización de la matrícula hasta el viernes de la segunda semana lectiva del curso académico para el caso de alumnos de la Universidad, y hasta el viernes de la cuarta semana lectiva del curso académico para el caso de alumnos de nuevo ingreso. En los siete días hábiles siguientes al momento en que surja esa situación excepcional si sobreviene con

posterioridad a la finalización del plazo anterior.