

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	Herramientas creativas y de producción II
<b>Titulación</b>	Grado en Marketing
<b>Escuela/ Facultad</b>	Ciencias Sociales y de la Comunicación
<b>Curso</b>	Segundo
<b>ECTS</b>	3 ECTS
<b>Carácter</b>	Obligatorio
<b>Idioma/s</b>	Castellano
<b>Modalidad</b>	Presencial / Online
<b>Semestre</b>	Primer semestre
<b>Curso académico</b>	2019/2020
<b>Docente coordinador</b>	Luis Finol

## 2. PRESENTACIÓN

El contexto global, tecnológico y rápidamente cambiante en el que nos encontramos está provocando que disciplinas que antes no eran tan inherentes a la labor del profesional del marketing y la comunicación, sean ahora parte esencial de la descripción de los puestos de trabajo que demanda la nueva economía digital y el desarrollo sostenible.

El conocimiento y manejo a nivel básico de herramientas específicas y de tecnologías vinculadas al diseño de comunicaciones visuales, presentaciones e informes, tanto impresas como audiovisuales, facilitará al estudiante el desarrollo de competencias diferenciadoras y la adquisición de conocimientos que lo convertirán en un profesional mucho más completo, empático y flexible, capaz de trabajar en equipos multidisciplinares.

## 3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB04: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Competencias transversales:

- CT02: Autoconfianza: Capacidad para valorar nuestros propios resultados, rendimiento y capacidades con la convicción interna de que somos capaces de hacer las cosas y los retos que se nos plantean.
- CT03: Capacidad para adaptarse a nuevas situaciones: ser capaz de valorar y entender posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera.
- CT06: Comunicación oral/ comunicación escrita: capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos.
- CT13: Resolución de problemas: Capacidad de encontrar solución a una cuestión confusa o a una situación complicada sin solución predefinida, que dificulte la consecución de un fin.
- CT14: Innovación-Creatividad: Capacidad para proponer y elaborar soluciones nuevas y originales que añaden valor a problemas planteados, incluso de ámbitos diferentes al propio del problema.
- CT18: Utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC): Capacidad para utilizar eficazmente las tecnologías de la información y las comunicaciones como herramienta para la búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información, así como para el desarrollo de habilidades comunicativas.

#### Competencias específicas:

- CE06: Facultad de aplicar los conceptos de comunicación necesarios para generar mensajes efectivos, utilizando los canales adecuados y adaptándose al público objetivo.
- CE09: Capacidad para comparar los costes de producción de las acciones de marketing con el beneficio esperado, para anticipar resultados y minimizar el impacto económico.
- CE15: Capacidad para combinar el pensamiento creativo combinado con el analítico en la elaboración de propuestas de marketing, especialmente en la creación de piezas publicitarias, respetando los derechos fundamentales y la cultura de paz.

#### Resultados de aprendizaje:

- RA1: Profundizar en los conocimientos adquiridos en la materia Herramientas Creativas y de Producción I, así como en el conocimiento de las herramientas ya estudiadas, y otras nuevas que permitan obtener los mismos resultados, para que los estudiantes dispongan de varias opciones creativas.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

**Competencias**

**Resultados de aprendizaje**

CB04, CT02, CT03, CT06,  
CT13, CT14, CT18, CE06,  
CE09, CE15

RA1

## 4. CONTENIDOS

La asignatura consta de 3 unidades de aprendizaje:

### UA1 INTRODUCCION AL DISCURSO CREATIVO AUDIOVISUAL

- Tema 1: Análisis del entorno.
- Tema 2: Narrativa Audiovisual. Conceptos generales.
- Tema 3: Terminología.
- Tema 4: Análisis de objetivos.
- Tema 5: Conclusiones.

### UA2 DESARROLLO DE GUIÓN APLICADO A LAS HERRAMIENTAS CREATIVAS

- Tema 1: Lenguaje audiovisual.
- Tema 2: Tipos de guion.
- Tema 3: Estructura del relato.
- Tema 4: Planificación de la producción.

### UA3 PRODUCCIÓN DE UN SPOT PUBLICITARIO

- Tema 1: Introducción a la herramienta de edición de audio.
- Tema 2: Introducción a la herramienta de edición de vídeo
- Tema 3: Análisis de resultado final.

**IMPORTANTE:** Esta programación podrá sufrir alguna modificación si así lo estima oportuno el profesor y ésta será previamente comunicada al estudiante para que esté informado del cambio.

## 5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral.
- Método del caso.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Aprendizaje basado en proyectos.

## 6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

Para desarrollar las competencias y alcanzar los resultados de aprendizaje indicados, deberás realizar las actividades que se indican en la tabla inferior:

Resultados de aprendizaje	Actividad de aprendizaje	Tipo de actividad	Contenidos
RA1	Actividad 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Lecciones magistrales</li> <li>– Trabajo autónomo</li> <li>– Exposición oral</li> <li>– Análisis de casos y resolución de problemas</li> <li>– Elaboración de informes y escritos</li> <li>– Tutoría</li> </ul>	UA1
RA1	Actividad 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Lecciones magistrales</li> <li>– Trabajo autónomo</li> <li>– Exposición oral</li> <li>– Análisis de casos y resolución de problemas</li> <li>– Elaboración de informes y escritos</li> <li>– Tutoría</li> </ul>	UA2
RA1	Actividad 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Lecciones magistrales</li> <li>– Trabajo autónomo</li> <li>– Exposición oral</li> <li>– Análisis de casos y resolución de problemas</li> <li>– Elaboración de informes y escritos</li> <li>– Tutoría</li> </ul>	UA2
RA1	Actividad 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Lecciones magistrales</li> <li>– Trabajo autónomo</li> <li>– Exposición oral</li> <li>– Análisis de casos y resolución de problemas</li> <li>– Elaboración de informes y escritos</li> <li>– Prueba de conocimiento</li> <li>– Tutoría</li> </ul>	UA1, UA2, UA3

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás ver en detalle los enunciados de las actividades que tendrás que realizar, así como el procedimiento y la fecha de entrega de cada una de ellas.

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

**Modalidad presencial:**

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones magistrales	40
Resolución de problemas jurídicos	15
Análisis de casos	15
Búsqueda de recursos y selección de fuentes de información	10
Debates y coloquios	10
Elaboración de informes y escritos	10
Actividades participativas grupales	10
Trabajo autónomo	30
Tutoría	5
Pruebas de conocimientos	5
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

**Modalidad a distancia:**

Actividad formativa	Número de horas
Lectura de temas de contenido	40
Resolución de problemas jurídicos	15
Análisis de casos	15
Búsqueda de recursos y selección de fuentes de información	10
Debates y coloquios a través de seminario o foros en el Campus Virtual	10
Elaboración de informes y escritos	10
Actividades participativas grupales (seminarios, participación en foros- on-line...) a través de webconference	10
Trabajo autónomo	30
Tutoría virtual	5
Pruebas de conocimientos	5
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

## 7. EVALUACIÓN

Para acceder a la convocatoria ordinaria es necesario obtener una calificación mayor o igual que 5 sobre 10 en la En la tabla inferior se indican las actividades evaluables, los criterios de evaluación de cada una de ellas, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura.

Actividad evaluable	Criterios de evaluación	Peso (%)
<i>Actividad 1</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Es capaz de transmitir información, ideas y soluciones de manera clara y ordenada.</li> <li>Es capaz de utilizar los conocimientos teóricos y técnicos adquiridos para resolver un problema.</li> <li>Utiliza para defender sus propuestas argumentaciones sólidas.</li> </ul>	20%
<i>Actividad 2</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplica los conocimientos teóricos en los ejercicios prácticos.</li> <li>Es capaz de transmitir información, ideas y conceptos de manera clara y ordenada.</li> </ul>	20%

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es creativo y arriesga con propuestas innovadoras.</li> <li>• En sus propuestas existe una coherencia entre la idea, objetivo y mensaje.</li> </ul>	
<i>Actividad 3</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es capaz de transmitir información, ideas y conceptos de manera clara y ordenada.</li> <li>• Maneja tecnologías básicas de marketing para apoyar su discurso y hacerlo persuasivo y atractivo.</li> <li>• Es creativo y arriesga con propuestas innovadoras.</li> <li>• Utiliza para defender sus propuestas argumentaciones sólidas.</li> </ul>	20%
<i>Actividad 4</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplica los conocimientos teóricos en los ejercicios prácticos.</li> <li>• Utiliza de manera adecuada la comunicación visual.</li> <li>• Maneja diferentes herramientas de diseño gráfico y audiovisual.</li> <li>• Es capaz de transmitir información, ideas y conceptos de manera clara y ordenada.</li> <li>• Asume el nivel de compromiso necesario para aportar valor a su equipo.</li> <li>• Gestiona correctamente plazos y tareas.</li> </ul>	40%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

### Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en calificación final (media ponderada) de la asignatura.

La prueba de conocimiento supondrá un 40 % de la nota final. Es obligatorio superar esta prueba de conocimiento con una nota mínima de 4.

### Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria es necesario obtener una calificación mayor o igual que 5 sobre 10 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

La prueba de conocimiento supondrá un 40 % de la nota final. Es obligatorio superar esta prueba de conocimiento con una nota mínima de 4.

## 8. CRONOGRAMA

Actividad	Título	SEMANAS
UA1	<b>INTRODUCCION AL DISCURSO CREATIVO AUDIOVISUAL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tema 1: Análisis del entorno.</li> <li>▪ Tema 2: Narrativa audiovisual. Conceptos generales.</li> <li>▪ Tema 3: Terminología.</li> <li>▪ Tema 4: Análisis de objetivos.</li> </ul>	SEMANAS 1-2-3
Actividad 1	Estudio colaborativo sobre historia y conceptos de la disciplina narrativa.	SEMANA 4
UA2	<b>DESARROLLO DE GUIÓN APLICADO A LAS HERRAMIENTAS CREATIVAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tema 1: Lenguaje audiovisual.</li> <li>▪ Tema 2: Tipos de guion.</li> <li>▪ Tema 3: Estructura del relato.</li> <li>▪ Tema 4: Planificación de la producción.</li> </ul>	SEMANAS 5-6-7
Actividad 2	Realización del guion de la Actividad 1.	SEMANA 6
Actividad 3	Justificación y desarrollo de "Storytelling".	SEMANA 7
UA3	<b>ESTRUCTURA DE LA HERRAMIENTA AUDIOVISUAL: AUDIO Y VÍDEO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tema 1: Introducción a la herramienta de edición de audio.</li> <li>▪ Tema 2: Introducción a la herramienta de edición de vídeo.</li> <li>▪ Tema 3: Análisis de resultado final.</li> </ul>	SEMANAS 4 en adelante.
Actividad 4	Proyecto final.	SEMANA 18

## 9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica la bibliografía recomendada por unidad de aprendizaje.

Alonso González, C. M. (2004). *El canto de las sirenas: comunicación y persuasión en la publicidad radiofónica. Comunicación y pluralismo*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia.

Antoniou, A. (2013). *A Map of the World: according to illustrators and storytellers*. Berlin: Gestalten.

Aumont, J., & Galmarini Rodríguez, M. A. (2001). *La estética hoy. Signo e imagen*. Madrid: Cátedra.

Bou i Bauzá, G. (2005). *Comunicación persuasiva para directivos, directores y dirigentes. Empresa y gestión*. Madrid: Pirámide.

Diez Puertas, E. (2003). *Narrativa audiovisual: la escritura radiofónica y televisiva*. [Villafranca del Castillo (Madrid)]: Universidad Camilo José Cela, Servicio de Publicaciones.

Dondis, D. A., & Beramendi, J. G. (2010). *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual. GG diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.

Fernández Díez, F., & Martínez Abadía, J. (2008). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Papeles de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Guber, P. (2011). *Storytelling para el éxito: conecta, persuade y triunfa gracias al poder oculto de las historias. Gestión del conocimiento*. [Barcelona]: Empresa Activa.

Jakobsson, M. (2016). *Understanding Social Engineering Based Scams*. (S. (Online service), Ed.). New York, NY: Springer New York. Retrieved from <http://dx.doi.org.ezproxy.universidadeuropea.es/10.1007/978-1-4939-6457-4>

Luna Calvo, C. (2013). *Sé más persuasivo: aumenta tu capacidad de influir en los demás. Divulgación*. Madrid: ESIC Editorial.

Moreno Lacalle, R (2013). AVID MEDIA COMPOSER. Anaya Multimedia-Anaya interactiva.

Moreno Sánchez, I. (2003). *Narrativa audiovisual publicitaria. Papeles de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Page, R. E., & Thomas, B. (2011). *New narratives: stories and storytelling in the digital age. Frontiers of narrative*. Lincoln: University of Nebraska Press.

Pérez Tornero, J. M. (1982). *La semiótica de la publicidad*. Barcelona: Mitre.

Salcedo Sotoca, FJ (2012) Premiere CS6. Anaya Multimedia-Anaya Interactiva.

Salmon, C., Roig, M., & Bértolo, I. (2008). *Storytelling: La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Península.

Scolari, C. A. (2016). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

Watts, E. (2006). *Storytelling. Oxford basics for children*. Oxford, New York: Oxford University Press.

Aprender Premiere Pro CC con 100 ejercicios prácticos (2014). Macombo.

Aprender Postproducción Avanzada con After Effects con 100 ejercicios prácticos (2012). Macombo

Esta bibliografía básica se irá enriqueciendo con bibliografía específica y manuales que aparecerán publicados en el campus virtual.

## **10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD**

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: [unidad.diversidad@universidadeuropea.es](mailto:unidad.diversidad@universidadeuropea.es) al comienzo de cada semestre.