Guía docente
804469 - PBL2M - Proyecto II: Publicidad

Última modificación: 15/07/2024

Unidad responsable: Centro de la Imagen y la Tecnología Multimedia
Unidad que imparte: 804 - CITM - Centro de la Imagen y la Tecnología Multimedia.

Titulación: GRADO EN DISEÑO DIGITAL Y TECNOLOGÍAS MULTIMEDIA (Plan 2023). (Asignatura obligatoria).

Curso: 2024 **Créditos ECTS:** 6.0 **Idiomas:** Catalán, Castellano

PROFESORADO

Profesorado responsable: González Otero, María

Otros: Virgili Torrent, Marc
Villalba Palacin, Vicente

METODOLOGÍAS DOCENTES

Aprendizaje basado en proyectos.
Trabajo individual y en equipo, con coordinación y distribución de tareas para facilitar el desarrollo del proyecto. Los estudiantes progresan aplicando los conocimientos aprendidos en las diferentes materias del curso, buscan la información que necesitan, consultan al profesor de proyectos y a los profesores de las otras materias y aprenden nuevos conocimientos y recursos aplicables al proyecto.
Una parte del trabajo se desarrolla durante las clases, y en ese caso el trabajo es orientado y supervisado por el profesor. Otra parte se desarrolla en equipo, dentro de las horas de clase o bien durante horas de trabajo autónomo. Finalmente, otra parte es de trabajo individual para la posterior puesta en común.

-Tutoría grupal, explicación de los materiales que se proporcionan y plan de trabajo.

-Trabajo autónomo.
Los estudiantes trabajan de manera autónoma, fuera de las horas de clase, estudiando, leyendo, resolviendo ejercicios o problemas, desarrollando prácticas.

-Redacción de informes, presentación pública y defensa de las conclusiones extraídas y realización de pruebas de evaluación.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

Conocimientos
Identificar conceptos básicos relacionados con las organizaciones.

Habilidades o destrezas
Diseñar y desarrollar diferentes proyectos de diseño digital y multimedia, que cubren ámbitos tan diversos como el diseño centrado en el usuario, un proyecto publicitario y los videojuegos.

HORAS TOTALES DE DEDICACIÓN DEL ESTUDIANTADO

Tipo	Horas	Porcentaje
Horas grupo mediano	18,0	12.00
Horas aprendizaje autónomo	90,0	60.00
Horas grupo grande	30,0	20.00
Horas actividades dirigidas	12,0	8.00

Dedicación total: 150 h

CONTENIDOS

Gestión de proyectos

Descripción:
Gestión del proyecto.
Software para la gestión de proyecto.
Flujos de comunicación y reuniones en el desarrollo de un proyecto. Gestión de un proyecto

Objetivos específicos:
Comprender los conceptos y principios de la gestión de proyectos multimedia.
Conocer las fases de desarrollo de un proyecto multimedia, las actividades, tareas y los documentos que se generan en cada fase.
Elegir de manera correcta las herramientas y procedimientos necesarios para el desarrollo de los proyectos.
Elaborar la memoria del proyecto desarrollado.
Participar en el trabajo en equipo y colaborar, una vez indicados los objetivos y las responsabilidades colectivas e individuales, y decidir conjuntamente la estrategia que se debe seguir.
Después de identificar las diferentes partes de un documento académico y de organizar las referencias bibliográficas, diseñar y ejecutar una buena estrategia de búsqueda avanzada con recursos de información especializados, seleccionando la información pertinente teniendo en cuenta criterios de relevancia y calidad.

Dedicación: 25h
Grupo mediano/Prácticas: 10h
Aprendizaje autónomo: 15h

Metodología del encargo publicitario

Descripción:
2.1. Briefing
2.2. Plan, Naturaleza y contenido
2.3. Marca y conceptos afines
2.4. Benchmarking
2.5. DAFO
2.6. El nuevo consumidor
2.7. Público objetivo
2.8. Objetivos
2.9. Estrategia

Objetivos específicos:
Clase de introducción teórica, elaboración de grupos y búsqueda de antecedentes, clase de introducción teórica y trabajo en equipo para la selección del producto /servicio / cliente.

Dedicación: 22h 30m
Grupo mediano/Prácticas: 9h
Aprendizaje autónomo: 13h 30m

Guión

Descripción:
3.1. Storyline
3.2. Sinopsis
3.3. Localizaciones
3.4. Personages
3.5. Selección de recursos publicitarios
3.6. Desarrollo del perfil de personajes
3.7. Escaleta
3.8. Guión técnico
3.9. Guión literario
3.10. Storyboard y cierre del guión definitivo

Actividades vinculadas:
Clase de introducción teórica y trabajo en equipo

Dedicación: 20h
Grupo mediano/Prácticas: 8h
Aprendizaje autónomo: 12h

Realización y Montaje

Descripción:
4.1. Pre-producción
4.2. Producción
4.3. Post-producción

Actividades vinculadas:
Clase de introducción teórica y trabajo en equipo

Dedicación: 82h 30m
Grupo mediano/Prácticas: 25h
Aprendizaje autónomo: 57h 30m

SISTEMA DE CALIFICACIÓN

15% Presentación parcial
15% Producción
15% Briefing
15% Postproducción
30% Proyecto final
10% Asistencia y participación en clase

Las acciones irregulares que pueden conducir a una variación significativa de la calificación de uno o más estudiantes constituyen una realización fraudulenta de un acto de evaluación. Esta acción comporta la calificación descriptiva de suspenso y numérica de 0 del acto de evaluación ordinaria global de la asignatura, sin derecho a reevaluación.
Si los docentes tienen indicios de la utilización de herramientas de IA no permitidas en las pruebas de evaluación, podrán convocar los estudiantes implicados a una prueba oral o a una reunión para verificar la autoría.

NORMAS PARA LA REALIZACIÓN DE LAS PRUEBAS.

La evaluación será individual. Cada estudiante tendrá sus propias notas, independientemente de las notas de los otros componentes del grupo.

Aspectos a tener en cuenta en la evaluación:
Respecto a los contenidos
a) Guión: trabajar las diferentes etapas que componen el proceso de creación de un guión, elaboración de los documentos que integran el guión completo del audiovisual, claridad y coherencia de la planificación y el orden de los contenidos.
b) Gestión del desarrollo del proyecto: Organización y coordinación del equipo, proceso de toma de decisiones, documentación del proyecto, diario del desarrollo del proyecto.
c) Creatividad/Dirección de arte: capacidad de elaborar contenidos creativos y originales, coherentes con lo que se requiere para completar el proyecto. Justificación del logotipo y de la imagen general de la marca.

Respecto al desarrollo del proyecto:
a) Organización y coordinación de los diferentes apartados del trabajo.
b) Organización de la documentación recogida.
c) Disponibilidad de los diarios del Proyecto (grupo e individual).
d) Respuesta a las sugerencias de los profesores.
e) Presentación y defensa del proyecto (memoria, presentación electrónica, etc.).

Presentación en las sesiones de evaluación
a) Para las sesiones de evaluación los alumnos del grupo de trabajo han de preparar una presentación en formato Power Point (.ppt) para apoyar sus explicaciones.
b)La presentación oral se repartirá entre el grupo de trabajo y en ella han de participar todos los componentes del grupo. A cualquiera de los miembros del grupo de trabajo, a título individual, se le podrá pedir que aclare aspectos relacionados con el desarrollo del Proyecto.
c) No está permitida la lectura de textos.
d) La presentación ha de seguir las orientaciones dadas en clase. Esta de ha de ensayar previamente, para mejorar su desarrollo y ajustarse a los tiempo establecidos.

BIBLIOGRAFÍA

Básica:
- Eisenstein, Serguei. Hacia una teoriÌ□a del montaje. Volumen 2. Paidós, 2001.
- Alexander Ballinger. Nuevos Directores de Fotografía.
- Mike Goodridge y Tim Grieson. Dirección de fotografía cinematográfica.
- Raúl Eguizábal. Fotografía Publicitaria. 2006.
- Eduardo Bourgeot. Fotografía Publicitaria: el poder de la imagen. 2018.
- Seedon, Tony. Dirección de arte: proyectos impresos. 2010.
- Laia Blasco. Dirección de arte de productos multimedia. 2011.
- Nik Mahon. Dirección de arte: publicidad. 2010.
- Serguei, Einsenstein. Hacía una teoría del montaje. Volumen 1. 2001.
- Antoni Marín. Nociones básicas del lenguaje audiovisual. 2019.
- Álvaro Gurrea. Cómo se hace un spot publicitario. 2008.