



## 1. Identificación

### 1.1. De la asignatura

Curso Académico	2025/2026
Titulación	GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
Nombre de la asignatura	TECNOLOGÍAS PARA LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS PUBLICITARIOS II
Código	5941
Curso	TERCERO
Carácter	OBLIGATORIA
Número de grupos	1
Créditos ECTS	6.0
Estimación del volumen de trabajo	150.0
Organización temporal	2º Cuatrimestre
Idiomas en que se imparte	Español

### 1.2. Del profesorado: Equipo docente

#### **FERNANDEZ RINCON, ANTONIO RAUL**

Docente: **GRUPO 1**

Coordinación de los grupos: **GRUPO 1**

Coordinador de la asignatura

#### **Categoría**

PROFESOR PERMANENTE LABORAL

#### **Área**

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

#### **Departamento**

COMUNICACIÓN

Correo electrónico / Página web / Tutoría electrónica

[antonioraul.fernandez@um.es](mailto:antonioraul.fernandez@um.es) [webs.um.es/antonioraul.fernandez](https://webs.um.es/antonioraul.fernandez) Tutoría electrónica: **Sí**

Teléfono, horario y lugar de atención al alumnado

**Duración:** C2    **Día:** Jueves    **Horario:** 10:00-13:00    **Lugar:** , Facultad de Comunicación y Documentación B1.1.005 (Seminario 1.1)

**Observaciones:**  
Seminario 1.2. FCD

**Duración:** C2    **Día:** Viernes    **Horario:** 10:00-13:00    **Lugar:** , Facultad de Comunicación y Documentación B1.1.005 (Seminario 1.1)

**Observaciones:**  
No consta

## **CARRILLO ABELLAN, PATRICIA**

Docente: **GRUPO 1**

Coordinación de los grupos:

### **Categoría**

PROFESOR SUST. POR REDUCCIÓN ACTIVIDAD DOCENTE PROFESOR TC

### **Área**

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

### **Departamento**

COMUNICACIÓN

### **Correo electrónico / Página web / Tutoría electrónica**

[p.carrilloabellan@um.es](mailto:p.carrilloabellan@um.es) Tutoría electrónica: **No**

### **Teléfono, horario y lugar de atención al alumnado**

## **HERNANDEZ GOMEZ, ONESIMO SAMUEL**

Docente: **GRUPO 1**

Coordinación de los grupos:

### **Categoría**

PROFESOR AYUDANTE DOCTOR

### **Área**

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

### **Departamento**

COMUNICACIÓN

### **Correo electrónico / Página web / Tutoría electrónica**

[onesimosamuel.hernandez@um.es](mailto:onesimosamuel.hernandez@um.es) Tutoría electrónica: **Sí**

### **Teléfono, horario y lugar de atención al alumnado**

**Duración:** C1    **Día:** Lunes    **Horario:** 14:00-15:30    **Lugar:** , Facultad de Comunicación y Documentación B1.1.019 (DESPACHO PROF. SUSANA ONE GABRI)

**Observaciones:**  
No consta

<b>Duración:</b> C1	<b>Día:</b> Viernes	<b>Horario:</b> 14:00-15:30	<b>Lugar:</b> , Facultad de Comunicación y Documentación B1.1.019 (DESPACHO PROF. SUSANA ONE GABRI)
------------------------	------------------------	--------------------------------	--

**Observaciones:**  
No consta

<b>Duración:</b> C2	<b>Día:</b> Viernes	<b>Horario:</b> 14:00-17:00	<b>Lugar:</b> , Facultad de Comunicación y Documentación B1.1.019 (DESPACHO PROF. SUSANA ONE GABRI)
------------------------	------------------------	--------------------------------	--

**Observaciones:**  
No consta

## 2. Presentación

*Tecnologías para la producción de contenidos publicitarios II* es una asignatura cuatrimestral obligatoria de 6 créditos ECTS que se imparte en el curso tercero del Título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. El objetivo de esta materia es introducir al alumnado en los conocimientos de las distintas tecnologías para la producción de contenidos publicitarios. En concreto, se estudiarán los procedimientos y las herramientas profesionales de aplicación a las distintas tecnologías para la producción de estos contenidos en formatos audiovisuales (cine, televisión e Internet). Se abordará la realización de un spot publicitario comprendiendo las fases de preproducción, producción y postproducción.

## 3. Condiciones de acceso a la asignatura

### 3.1. Incompatibilidades

No constan

### 3.2. Requisitos

No constan

### 3.3. Recomendaciones

Los propios del acceso al Título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Si bien no se establecen requisitos previos específicos para la materia, es altamente recomendable tener superados los créditos de los cursos anteriores, haber cursado o estar cursando la asignatura de Creatividad Publicitaria e imprescindible la superación de la asignatura *Tecnologías para la Producción de Contenidos Publicitarios I*.

## 4. Competencias

### 4.1. Competencias básicas

- CB1: Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto

avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

- 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

## 4.2. Competencias de la titulación

- CG1: Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.
- CG2: Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción publicitaria y comunicacional, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.
- CG3: Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales.
- CG4: Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional.
- CG5: Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional.
- CE10: Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios: métodos, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas.
- CE11: Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa.
- CE12: Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.
- CE30: Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas.
- CE31: Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.
- CE34: Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, con especial énfasis en la creación de nuevos soportes.
- CE39: Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.

## 4.3. Competencias transversales y de materia

- C1 Estudio de las posibilidades y recursos de las tecnologías para la comunicación y conocimientos básicos sobre los sistemas utilizados para procesar, elaborar y ejecutar la comunicación, especialmente la publicitaria y la de las relaciones públicas
- C2 Conocimientos teórico-prácticos de la producción y realización en medios impresos, audiovisuales e hipermedia
- C3 Capacidad para comprender y utilizar las herramientas tecnológicas del sector, tanto a nivel de equipos como de aplicaciones informáticas y audiovisuales
- C4 Capacidad para comunicar eficazmente al productor las necesidades conceptuales y estratégicas para su traducción a través de las posibilidades técnicas
- C5 Habilidades de dirección para la implementación de la producción
- C6 Habilidades de dirección para la implementación de la realización
- C7 Habilidades para elaborar vídeo empresarial e institucional

## 5. Contenidos

### 5.1. Teoría

**Tema 1: LOS ORÍGENES DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL**

**Tema 2: FUNDAMENTOS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL**

**Tema 3: EL EQUIPO CREATIVO, ARTÍSTICO Y TÉCNICO**

**Tema 4: LA FASE DE CREACIÓN**

**Tema 5: TIPOS DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN PUBLICIDAD**

**Tema 6: CONCEPTOS BÁSICOS DE FOTOGRAFÍA**

**Tema 7: LA ILUMINACIÓN**

**Tema 8: EL SONIDO**

**Tema 9: LOS FORMATOS**

**Tema 10: SOFTWARE DE EDICIÓN Y POSTPRODUCCIÓN**

### 5.2. Prácticas

#### ■ **Práctica 1: Práctica Audiovisual individual**

Práctica audiovisual individual (Trabajo en clase y autónomo)

Realización de una pieza audiovisual, a partir de metraje encontrado o material propio, en la que el alumno muestre sus inquietudes. Toda la edición del audiovisual se realizará en base a una plantilla de edición sobre la que los alumnos deberán trabajar. El tema será libre, la duración será de 1'30" aproximadamente.

Será imprescindible realizar el montaje con Adobe Premiere.

**Relacionado con:**

- Tema 4: LA FASE DE CREACIÓN

## ■ **Práctica 2: Prácticas: Soportes para equipamiento de captura de imágenes**

Uso práctico de soportes para equipamiento de captura de imágenes (Apertura, cierre, movilidad)

### **Relacionado con:**

- Tema 4: LA FASE DE CREACIÓN
- Tema 10: SOFTWARE DE EDICIÓN Y POSTPRODUCCIÓN

## ■ **Práctica 3: Prácticas: Cámara de video/cine digital**

Práctica de mecanismos básicos para la captura de video

- Partes de la cámara: Objetivos, cuerpo de cámara y panel electrónico
- Grabación: Encendido / apagado; menús; formatos de grabación, balance de blancos, enfoque, diafragma, velocidad de obturación
- Visualización: menús, directorios, archivos, monitores externos (conexiones)

### **Relacionado con:**

- Tema 4: LA FASE DE CREACIÓN
- Tema 10: SOFTWARE DE EDICIÓN Y POSTPRODUCCIÓN

## ■ **Práctica 4: Prácticas: Sonido**

- Grabación de sonido en equipos de captura de imágenes
- Grabación de sonido en equipos de captura de audio
- Selección de canales y escucha
- Tipos de microfonía
- Manejo de pértiga, micrófonos inalámbricos, omnidireccionales y direccionales

### **Relacionado con:**

- Tema 4: LA FASE DE CREACIÓN
- Tema 10: SOFTWARE DE EDICIÓN Y POSTPRODUCCIÓN

## ■ **Práctica 5: Prácticas: Iluminación**

- Tipos de fuentes de luz (fluorescentes, alógenos, fresnel)
- Uso de reflectores, difusores y gelatinas
- Creación de esquemas de iluminación básicos
- Ejercicios de manejo de Iluminación Manejo de materiales de iluminación: tipos de focos, partes y dirección de la fuente lumínica
- Ejercicios de manejo de Iluminación Esquema de iluminación: Creación de Contraluz, técnicas de sobreexposición, luz dura y luz suave

**Relacionado con:**

- Tema 4: LA FASE DE CREACIÓN
- Tema 8: EL SONIDO
- Tema 10: SOFTWARE DE EDICIÓN Y POSTPRODUCCIÓN

## ■ **Práctica 6: Prácticas: Lenguaje Audiovisual**

- El eje Continuidad visual
- Tipos de planos, escala, perspectiva, angulación y punto de vista
- Tipos de movimientos y significados
- Composición y estética de la imagen
- El ritmo la duración de los planos

**Relacionado con:**

- Tema 4: LA FASE DE CREACIÓN
- Tema 10: SOFTWARE DE EDICIÓN Y POSTPRODUCCIÓN

## ■ **Práctica 7: Práctica: Propuesta Creativa**

Creación de equipos de trabajo de 4/5 personas En base a los cargos y funciones necesarios en un rodaje, cada alumno deberá elegir uno de los cargos disponibles Se contempla la posibilidad de que un mismo alumno desempeñe dos cargos diferentes Para cualquier otra disposición del equipo será necesario formular una petición al profesor y estará vinculada al interés general y a la operativa de la práctica

Entrega de propuesta creativa sobre spot a realizar Como paso previo al rodaje de los spots, todos los equipos de trabajo deberán explicar sus ideas al profesor con el fin de ultimar detalles y efectuar correcciones o variaciones si son oportunas Este paso previo es obligatorio por lo que no se aceptará ningún trabajo que previamente no se haya puesto en común con el profesor

**Relacionado con:**

- Tema 1: LOS ORÍGENES DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL
- Tema 2: FUNDAMENTOS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL
- Tema 7: LA ILUMINACIÓN

## ■ **Práctica 8: Práctica: Preparación de Proyecto Spot Publicitario**

Preparación de un "Proyecto de Spot Publicitario".

Redacción de sinopsis, guión literario, guión técnico, tratamiento, realización de storyboard, diseño de producción, set de rodaje en interiores y exteriores, plan de rodaje

Todos estos documentos tendrán una fecha de entrega inamovible

**Relacionado con:**

- Tema 3: EL EQUIPO CREATIVO, ARTÍSTICO Y TÉCNICO
- Tema 4: LA FASE DE CREACIÓN

- Tema 5: TIPOS DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN PUBLICIDAD
- Tema 6: CONCEPTOS BÁSICOS DE FOTOGRAFÍA
- Tema 7: LA ILUMINACIÓN
- Tema 9: LOS FORMATOS

## ■ **Práctica 9: Práctica: Producción y Rodaje**

Rodaje de un spot publicitario según los documentos técnicos aportados y los grupos creados Tiempo de contenidos prácticos autónomos

Al finalizar el mismo se deberán entregar: Hojas de script, Parte de cámara y Parte de trabajo diario realizado

### **Relacionado con:**

- Tema 4: LA FASE DE CREACIÓN
- Tema 7: LA ILUMINACIÓN
- Tema 8: EL SONIDO
- Tema 10: SOFTWARE DE EDICIÓN Y POSTPRODUCCIÓN

## ■ **Práctica 10: Práctica: Postproducción**

**Fase de Postproducción** del "Proyecto de Spot Publicitario".

Prácticas de visionado de material rodado Tras el primer visionado de brutos de rodaje se efectuarán comentarios, sugerencias y posibles correcciones sobre el material Pudiéndose dar el caso de tener que repetir algunas escenas o secuencias

Prácticas de edición visual y sonora Montaje del audiovisual, selección de la banda sonora, edición de los efectos sonoros

Prácticas Postproducción: Etalonaje, composición, infografías, tratamiento de imagen.

## ■ **Práctica 11: Memoria Final y Exposición Pública**

**Memoria de trabajo:** En soporte digital Se detallará el proceso completo de trabajo Deben incluirse todos los documentos técnicos presentados Además cada integrante escribirá de forma individual y detallada su aportación personal al trabajo El realizador/productor como último punto de la memoria, hará una valoración general del trabajo incluyendo cualquier aspecto que considere relevante relacionado con las aportaciones del equipo, trabas, problemas, proceso creativo y ejecutivo

**Exposición pública:** Presentación del audiovisual online o presencial (dependiendo de la coyuntura social) y entrega de la memoria de trabajo impresa y spot final en formato digital en forma y fecha

La entrega del **Spot** en formato digital es obligatoria si se opta por la evaluación continua durante las convocatorias de junio y julio

## 6. Actividades Formativas

Actividad Formativa	Metodología	Horas	Presencialidad
AF1: Exposición teórica	<p>Las sesiones teóricas podrán incluir diferentes actividades y dinámicas en el aula destinadas a consolidar el proceso de aprendizaje. Estas iniciativas serán comunicadas en el aula y se gestionarán a través del aula virtual. El docente marcará en cada caso la obligatoriedad de las mismas y los criterios de evaluación: Clases invertidas, debates, profundización, visualización de documentos escritos y audiovisuales, etc.</p> <p>No existe un temario oficial de la asignatura por lo que se recomienda que el alumno/a asista a clase, revise la bibliografía e interactúe con sus compañeros/as y el/la docente a través de la Tutorías y el Foro de la asignatura. Los apuntes de años anteriores pueden contener errores u omisiones.</p>	35.0	100.0
AF2: Tutorías formativas y resolución de dudas.	Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia.	4.0	100.0
AF3: Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo.	Trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate.	15.0	100.0
AF4: Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados.	Actividades prácticas de ejercicios, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos.	20.0	100.0
AF5: Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc.		70.0	0.0
AF6: Evaluación.		6.0	100.0
<b>Totales</b>		<b>150,00</b>	

## 7. Horario de la asignatura

<https://www.um.es/web/estudios/grados/publicidad/2025-26#horarios>

## 8. Sistemas de Evaluación

Identificador	Denominación del instrumento de evaluación	Criterios de Valoración	Ponderación
SE1	Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos.	<p>Se realizará un examen sobre contenidos teóricos. Todos los contenidos vistos en el aula son susceptibles de ser evaluados en esta prueba. Los temarios o resúmenes que puedan circular entre alumnos de años anteriores no se considerarán en ningún caso "temarios oficiales de la asignatura" Los contenidos pueden variar con respecto a cursos anteriores debido a modificaciones o actualizaciones que el profesorado considere oportuno realizar Estas actualizaciones se explicarán en el aula en su momento Para ello se recomienda a los alumnos consultar con regularidad el Aula Virtual</p> <p>La asistencia a las clases teóricas no es obligatoria pero tratamos de incentivar y valorar a aquellos alumnos/as que sí tienen una participación activa en el aula</p> <p>La nota de la parte teórica (50% de la nota final de la asignatura) se calculará en base a los siguientes criterios</p> <p><b><u>Modalidad Evaluación Continua (EC)</u></b></p> <p><b>A - Examen teórico.</b> Las características de este examen se publicarán con suficiente antelación en el aula presencial y virtual: <b>90%</b>. El contenido del examen incluye todo aquello que se haya visto en el aula, los Foros, materiales alojados como Recursos, etc.</p> <p><b>B - Actitud en clase:</b> Presencia y participación del alumno en el desarrollo de las clases, puntualidad, Participación activa en las dinámicas de aprendizaje y metodologías didácticas que se realicen durante el curso (clases invertidas, debates, análisis, foros, supuestos teóricos, charlas, etc). Pueden incluirse pequeñas tareas a realizar por el alumno/a durante el curso que consistirán en trabajos relacionados con los contenidos teóricos (profundización en temas, lectura de documentos, visualización de videos, etc.) <b>10%</b>.</p> <p><u>Para calcular la nota final de la parte teórica en la EC, será necesario superar el examen teórico con al menos una nota de 5</u></p> <p>La modalidad evaluación continua se aplica solo en el mismo curso académico. Para segundas matrículas se aplica el modelo de evaluación global.</p>	50.0

## Modalidad Evaluación Global (EG)

Aquellos/as estudiantes que no se acojan a la evaluación continua deberán realizar un examen teórico-práctico final cuyas características se publicarán con suficiente antelación.

Se entiende que el alumno/a se ha acogido a la evaluación continua cuando ha acreditado suficiente asistencia a las sesiones prácticas (ver criterios en el apartado de las prácticas - SE2) y ha participado y asistido con regularidad a las sesiones teóricas.

En caso de aprobar la prueba teórica y suspender la parte práctica, la nota de la parte teórica será reservada hasta la convocatoria de enero de 2026

En el caso de suspender la parte teórica y aprobar la práctica, la nota del expediente de junio será, como máximo, de 4,5 puntos

En caso de no presentarse a alguna de las dos partes, la nota del expediente de junio será de "No presentado"

SE2	Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente	<p>La ponderación de la parte práctica será del 50% sobre el total de la asignatura.</p> <p>Para acogerse a la modalidad de evaluación continua, se requiere una asistencia de, al menos, el 80% a las sesiones prácticas.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>· Práctica audiovisual individual: 20% de la nota de prácticas</li><li>· Práctica audiovisual grupal: 70% de la nota de prácticas (Una parte de este porcentaje corresponderá a una nota del proyecto definitivo y otra parte al trabajo individual, dentro del proyecto, llevado a cabo por el/la estudiante)</li><li>· Actitud, interés y participación: 10% de la nota de prácticas</li></ul> <p>Para aquellos casos en que al estudiante le sea imposible realizar la evaluación continua (asistencia al menos al 80% de las clases prácticas y realización de los trabajos prácticos propuestos), se realizará un examen práctico en cada una de las convocatorias. Esta eventualidad debe comunicarse a los profesores de la asignatura dentro de un plazo de 15 días naturales desde el comienzo de las clases de esta asignatura.</p> <p><b>Nota global de la asignatura</b></p> <p>La evaluación global de la asignatura para las convocatorias de junio y julio se realizará:</p> <p>50% nota del examen teórico + 50% nota de la parte práctica.</p> <p>Solo se efectuará la media si ambas partes han sido superadas con una nota mínima de 5 En caso de no haber realizado alguna de las dos partes la nota será: "No presentado" En caso de haber suspendido una de las partes, no se realizará media y la nota máxima será, en cualquier caso, de 4,5.</p>	50.0
-----	--	--	------

---

## 9. Fechas de exámenes

<https://www.um.es/web/estudios/grados/publicidad/2025-26#exámenes>

## 10. Resultados del Aprendizaje

La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias vinculadas a esta materia se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos

## 11. Bibliografía

### Grupo: GRUPO 1

#### Bibliografía básica

- [Mckee, Robert. \(2016\). El guion. Madrid: Alba Editorial](#)
- [FERNÁNDEZ DIEZ, F. y MARTINEZ ABADÍA, J. \(1999\). Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Barcelona: Paidós.](#)
- [FERNÁNDEZ RINCÓN, A. R. \(2022\).Publicidad audiovisual.Madrid: Fragua.](#)
- [GURREA SAAVEDRA, A. \(2008\). Cómo se hace un spot publicitario. Publicaciones de la Universidad del País Vasco.](#)
- [MARTINEZ, ABADÍA, M. J. , et al., \(2009\). Manual básico de tecnología audiovisual y técnicas de creación, emisión y difusión de contenidos. Barcelona: Paidós.](#)

#### Bibliografía complementaria

- [BLOCK, B. \(2008\). Narrativa visual. Creación de estructuras visuales para cine, vídeo y medios digitales. Barcelona: Omega.](#)
- [CANET, F. y PRÓSPER, J. \(2009\). Narrativa audiovisual : estrategias y recursos. Madrid : Síntesis, D.L.](#)
- [CILLER TENREIRO C. y PALACIO ARRANZ, M. \(2016\). Producción y desarrollo de proyectos audiovisuales. Madrid: Síntesis.](#)
- [DEL PINO ROMERO, C. \(2006\). Brand placement: integración de la marca en la ficción audiovisual. Evolución, casos, estrategia y tendencias. Barcelona: GEDISA.](#)
- [EGUIZÁBAL, R. \(1998\). Historia de la publicidad. Madrid: Fragua](#)
- [FELTON, G. \(2013\). Advertising : concept and copy. New York : W.W. Norton.](#)
- [GARCÍA JIMÉNEZ, J. \(2003\). Narrativa audiovisual. Madrid : Cátedra.](#)
- [GONZÁLEZ REQUENA, J. y ORTIZ DE ZÁRATE, A. \(2007\). El espot publicitario: las metamorfosis del deseo. Madrid: Cátedra.](#)
- [MOLLÁ FURIÓ, D. \(2018\). Las claves de la producción de anuncios televisivos. Barcelona: Editorial UOC](#)
- [SALMON, C. \(2014\). Storytelling : la máquina de fabricar historias y formatear las mentes. Barcelona: Península.](#)

- [SEMPERE, P. \(2008\). McLuhan en la era del Google: memorias y profecías de la Aldea Global. Madrid: Editorial Popular.](#)
- [SOLANA, D. \(2010\). Postpublicidad: reflexiones sobre una nueva cultura publicitaria en la era digital. Barcelona: DobleYou.](#)
- [SÁNCHEZ-ESCALONILLA, A. \(2014\). Estrategias de guion cinematográfico. Barcelona: Ariel](#)
- [CARVAJAL SAENZ DE HEREDIA, A. \(2016\). El proceso de producción audiovisual publicitario. Sevilla: Punto Rojo Libros](#)
- [Ads of the world](#)
- [Reasonwhy](#)
- [Revista Anuncios](#)
- [HERNÁNDEZ GÓMEZ, O. S. \(2025\). Brandspot. Narrativas híbridas publicitarias entre el spot y el branded content. Egregius editorial.](#)
- [Hernández Gómez, O. S. \(2025\). Spain is identity. Representaciones de la identidad cultural española en la publicidad audiovisual. Fragua](#)

## 12. Observaciones

Esta asignatura se encuentra vinculada de forma directa con los Objetivos de Desarrollo Sostenible nº8 "PROMOVER EL CRECIMIENTO ECONÓMICO SOSTENIDO, INCLUSIVO Y SOSTENIBLE, EL EMPLEO PLENO Y PRODUCTIVO Y EL TRABAJO DECENTE PARA TODOS", nº9, "INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA", nº12, "GARANTIZAR MODALIDADES DE CONSUMO Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLES" y nº 16, "PROMOVER SOCIEDADES JUSTAS, PACÍFICAS E INCLUSIVAS" Los proyectos prácticos estarán relacionados con alguno/s de estos ODS, bien como fundamentos creativos y temáticos o bien como acción complementaria para la difusión y divulgación de los resultados obtenidos Además, las clases teóricas también introducirán y aprovecharán contenidos, materiales y ejemplos en el mismo sentido

### Modalidad Evaluación Continua:

Parte teórica: Incluye un examen teórico con una ponderación del 90% y un porcentaje al que llamamos "actitud" que pondera al 10%. Para acogerse a esta modalidad es necesario asistir con regularidad a las clases presenciales y colaborar con las actividades y dinámicas que se desarrollen. El alumno/a debe mantener una actitud participativa durante el curso. La asistencia no es obligatoria a las sesiones teóricas pero si será valorada por el profesor en el apartado "actitud". Para calcular la nota final de esta parte es requisito obligado tener al menos un 5 en el examen. En caso de suspender el examen, la nota de "actitud" se guardará solo durante el mismo curso académico. Las características concretas del examen se anunciarán con suficiente antelación en el Aula Virtual.

### Modalidad Evaluación Global:

Para acogerse al artículo 86 del REVA, será necesario justificar documentalmente y con antelación a la primera fecha de entrega de actividades evaluables (durante el primer los primeros 30 días de clase) las circunstancias que justifican la necesidad de prueba global. Los alumnos que se acojan a la modalidad de evaluación global deberán realizar una prueba teórico práctica". La prueba teórica será diferente a la prevista para la modalidad Evaluación Continua y versará sobre los contenidos relacionados las sesiones teóricas situándose como referencia el listado de bibliografía adjunto en esta misma guía. La prueba práctica se realizará en las instalaciones Aured de la Facultad de Comunicación y contendrá un mix de ejercicios /prácticas relacionadas con los aprendizajes realizados en las sesiones prácticas. La evaluación de dicha prueba será 50% teoría y 50% práctica Para efectuar la media deben aprobarse las dos partes con al menos un 5

**Se recomienda la asistencia presencial para las clases teóricas de la asignatura, ya que los contenidos que sean revisados en ella tendrán una aplicabilidad directa en los desarrollos prácticos de la misma**

### NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

Aquellos estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales podrán dirigirse al Servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado (ADYV - <https://www.um.es/adyv>) para recibir orientación sobre un mejor aprovechamiento de su proceso formativo y, en su caso, la adopción de medidas de equiparación y de mejora para la inclusión, en virtud de la Resolución Rectoral R-358/2016. El tratamiento de la información sobre este alumnado, en cumplimiento con la LOPD, es de estricta confidencialidad.

## **REGLAMENTO DE EVALUACIÓN DE ESTUDIANTES**

El artículo 8.6 del Reglamento de Evaluación de Estudiantes (REVA) prevé que "salvo en el caso de actividades definidas como obligatorias en la guía docente, si el o la estudiante no puede seguir el proceso de evaluación continua por circunstancias sobrevenidas debidamente justificadas, tendrá derecho a realizar una prueba global".

Se recuerda asimismo que el artículo 22.1 del Reglamento de Evaluación de Estudiantes (REVA) estipula que "el o la estudiante que se valga de conductas fraudulentas, incluida la indebida atribución de identidad o autoría, o esté en posesión de medios o instrumentos que faciliten dichas conductas, obtendrá la calificación de cero en el procedimiento de evaluación y, en su caso, podrá ser objeto de sanción, previa apertura de expediente disciplinario".