



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos generales

Materia: PUBLICIDAD TELEVISIVA
Código: FLC0260
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2019 a Julio-2019
Profesor: CAMBI ALVARADO DORIAN MARTIN
Correo electrónico: dmcambi@uazuay.edu.ec

Nivel: 6

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
5				5

Prerrequisitos:

Código: FLC0249 Materia: PUBLICIDAD II
 Código: FLC0254 Materia: PRODUCCION DE VIDEO I

2. Descripción y objetivos de la materia

Se pretende abarcar aspectos técnicos, compositivos y creativos al momento de desarrollar publicidad televisiva, teniendo en cuenta la naturaleza del espectador en relación al medio. Se tratará los medios con los cuales se debe competir en la actualidad y las ventajas y desventajas que presenta este tipo de comunicación. Incluye un espacio de análisis de publicidades a nivel local e internacional, que permitirá encontrar elementos que ayuden a la elaboración de publicidades de mayor calidad narrativa a nivel de discurso y de estética visual.

La asignatura de publicidad televisiva aporta al estudiante los conocimientos necesarios para elaborar spots y material audiovisual a reproducirse en el medio televisivo. De igual manera proporciona los parámetros y las exigencias que implica la realización de productos para la televisión.

Se relaciona directamente con asignaturas como guiones, video I, publicidad, redacción publicitaria, herramientas gráficas, campañas y multimedia.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.2	Publicidad televisiva y medios digitales
1.3	Tipos de publicidades audiovisuales
1.4	Análisis de publicidades audiovisuales
1.5	Ejercicios de publicidad audiovisual simple
1.1000000000 000001	El rol de la televisión en la publicidad
2.1	El proceso creativo
2.4	Ejercicios de publicidad audiovisual sin producción física
2.2000000000 000002	Guion
2.2999999999 999998	Referencias visuales
3.1	El Diseño de Producción

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **07/03/2019**

Estado: **Aprobado**