

# Título Superior de Diseño

Nivel 2, (GRADO) del MECES\*

Guía docente de PORTFOLIO AUDIOVISUAL

ESPECIALIDAD TODAS

Curso 2020/2021

## Esquema de la guía

1. Datos de identificación • 2. Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación • 3. Conocimientos recomendados 4. Competencias de la asignatura • 5. Resultados de aprendizaje • 6. Contenidos 7. Volumen de trabajo/ Metodología • 8. Recursos • 9. Evaluación • 10. Bibliografía

### 1. Datos de identificación

DATOS DE LA ASIGNATURA			
Centro	Escola d'Art i Superior de Disseny de València		
Título Superior de Diseño			
Departamento	Medios audiovisuales		
Mail del departamento			
Nombre de la asignatura	Portfolio audiovisual		
Web de la asignatura			
Horario de la asignatura			
Lugar donde se imparte	Velluters	Horas semanales	5
Código		Créditos ECTS	6
Ciclo		Curso	4º
Duración	150h		
Carácter de la asignatura	Optativa		
Tipo de asignatura	C 40% Presencial- 60% Autónomo		
Lengua en que se imparte	Castellano		
DATOS DE LOS PROFESORES			
Profesor/es responsable/s	Consultar web		
Correo electrónico			
Horario de tutorías			

Lugar de tutorías	
-------------------	--

\* El **Título Superior de Diseño** queda incluido a todos los efectos en el nivel 2, de GRADO del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior y es equivalente al título universitario de GRADO. Siempre que la normativa aplicable exija estar en posesión del título universitario de **GRADO**, se entenderá que cumple este requisito quien esté en posesión del **Título Superior de Diseño**.

---

## 2. Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación

---

Portfolio Audiovisual se plantea como una asignatura optativa de carácter transversal para las especialidades de Grado en Diseño de Interiores, Diseño de producto, Diseño de moda, Diseño Gráfico, Joyería y objeto y Fotografía y creación audiovisual.

Para un estudiante de diseño con perspectivas de incorporarse al mundo laboral es fundamental llegar a comunicar de manera precisa y, a la vez creativa, su proyecto. Hoy en día, el vídeo ayuda a posicionar una marca en Internet y en las redes sociales. Es, sin duda, una herramienta de marketing muy efectiva y con muchas posibilidades en su difusión.

Con esta asignatura pretendemos que el alumno adquiera los conocimientos adecuados para llevar a cabo su propio vídeo promocional: desde técnicas adecuadas, los recursos de producción necesarios, así como las bases para la correcta publicación en Internet.

Portfolio Audiovisual amplía los conocimientos ya adquiridos en el módulo de primer curso "Fotografía y medios audiovisuales" (FMA) sobre producción y edición audiovisual y los combina con nuevos contenidos sobre comunicación audiovisual publicitaria.

El objetivo es que el estudiante de cualquier disciplina de diseño pueda elaborar su propio vídeo currículum y presentar sus proyectos de forma creativa mediante la elaboración de un portfolio en formato vídeo.

En definitiva, Portfolio Audiovisual pone al servicio del alumno el enorme potencial del audiovisual de cara a la comunicación de sus propios proyectos.

---

## 3. Conocimientos previos recomendados

---

El alumnado cursó en primero la asignatura de Fotografía y medios audiovisuales donde adquirió los conocimientos básicos sobre cámaras fotográficas y de vídeo, así como de los entornos e interfaces más comunes para la edición de vídeo, conocimientos previos recomendados para cursar esta asignatura optativa.

---

## 4. Competencias de la asignatura

---

### Competencias transversales:

CT2. Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.  
CT8. Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos  
CT14. Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.

### Competencias generales:

CG3. Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica  
CG20. Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.

### Competencias específicas:

CE 12. Dominar la tecnología digital para el tratamiento de imágenes, textos y sonidos  
CE 15. Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción

---

## 5. Resultados de aprendizaje

---

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPETENCIAS RELACIONADAS

<p><b>RA1.</b> Aplica una metodología proyectual lógica y reflexiva partiendo de la identificación de un problema para crear propuestas audiovisuales críticas, creativas y no sexistas.</p>	<p><b>CT14, CG20, CE15</b></p>
<p><b>RA2.</b> Hace uso de los conceptos teóricos aprendidos y de la terminología adecuada, de forma rigurosa y eficaz para elaborar la fase de investigación de su proyecto audiovisual</p>	<p><b>CT2</b></p>
<p><b>RA3.</b> Vincula la fase de investigación con el proceso creativo y elige la solución más adecuada a los condicionantes de su proyecto justificando la elección para generar ideas, conceptos e imágenes con perspectiva de género</p>	<p><b>CG3, CE12</b></p>
<p><b>RA4.</b> Utiliza eficazmente conceptos o ideas apropiadas y coherentes dependiendo de las diferentes situaciones comunicacionales.</p>	<p><b>CT8</b></p>

---

## 6. Contenidos

---

### UD1. COMUNICACIÓN 2.0, AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD.

El audiovisual como herramienta para impulsar tu trabajo.  
 Internet y videomarketing.  
 Plataformas de difusión vídeo en Internet.  
 Estrategias publicitarias aplicadas a la comunicación del proyecto.  
 Tendencias creativas para la comunicación profesional/personal en Internet.

### UD2. LA PRODUCCIÓN DE VÍDEOS PARA INTERNET.

De la idea al producto. Preproducción, producción y postproducción.  
 Herramientas para la producción audiovisual.  
 Grabación con cámaras DSLR. Técnicas de rodaje aplicadas a la creación de vídeos creativos.  
 Edición y postproducción de vídeo.

### UD3. FORMATOS AUDIOVISUALES PUBLICITARIOS APLICADOS A LA COMUNICACIÓN DE UN PROYECTO PERSONAL Y/O PROFESIONAL.

El vídeo currículum. Tipología y análisis de casos prácticos.  
 El portfolio audiovisual o showreel. Definición, tipología y estructura. Pautas para su correcta elaboración. Análisis de casos prácticos.  
 Otros formatos audiovisuales publicitarios: vídeos virales, videoblog, brand film, fashion film.

### UD4: REALIZACIÓN DE UN VIDEOCURRÍCULUM Y UN PORTFOLIO AUDIOVISUAL

## 7. Volumen de trabajo/ Metodología

7.1 Actividades de trabajo presencial			
ACTIVIDADES	Metodología de enseñanza-aprendizaje	Relación con los Resultados de Aprendizaje	Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)
Clase presencial	Exposición de contenidos por parte del profesor o en seminarios, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.	RA1, RA2	15
Tutoría	Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor/a con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, talleres, lecturas, realización de trabajos, proyectos, etc.	RA1	40
Evaluación	Conjunto de pruebas (orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial o formativa del alumno.	RA4	5
SUBTOTAL			60

7.2 Actividades de trabajo autónomo			
ACTIVIDADES	Metodología de enseñanza-aprendizaje	Relación con los Resultados de Aprendizaje	Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)
Trabajo autónomo	Estudio del alumno/a: preparación y práctica individual de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias, ... para exponer o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.	RA1, RA2, RA3, RA4	80
Actividades complementarias	Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, congresos, conferencias, ...	RA1, RA2, RA3, RA4	10
SUBTOTAL			90

<b>TOTAL</b>			150
--------------	--	--	-----

## 8. Recursos

Será necesario un aula con proyector y altavoces para las clases teóricas y el visionado de ejemplos. También el material técnico necesario para llevar a cabo un producto audiovisual (hardware y software de edición y postproducción, cámaras y accesorios de grabación, equipamiento de sonido e iluminación etc.) y el acceso al plató de audiovisuales.

## 9. Evaluación

<b>9.1 Convocatoria ordinaria</b>	
9.1.1 Alumnos con evaluación continua	
<b>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN</b>	Resultados de Aprendizaje evaluados
<p><b>Evaluación inicial:</b> Se realizará los primeros días de clase, con el propósito de verificar el nivel de preparación de los alumnos para enfrentarse a los resultados de aprendizaje pretendidos.</p> <p><b>Evaluación final:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Videocurrículum (40%)</li> <li>2. Exposiciones y defensas en clase del videocurrículum (10%)</li> <li>3. Portfolio audiovisual (40%)</li> <li>4. Exposiciones y defensas en clase del portfolio (10%)</li> </ol> <p>El Instrumento de evaluación empleado será una <b>rúbrica</b> en la que se especificarán los criterios de calificación y su ponderación y donde se reflejará la consecución o no de los resultados de aprendizaje .</p>	<p><b>RA1, RA2, RA3, RA4</b></p> <p><b>RA1, RA2, RA3, RA4</b></p>

Los resultados obtenidos por el alumno/a se calificarán en función de la siguiente: escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal

0-4'9: Suspenso  
5-6'9: Aprobado  
7'0-8'9: Notable  
9-10: Excelente

Sin Calificación (SC) se aplicará a aquellos/as alumnos/as que no hayan asistido nunca a clase o que habiendo asistido esporádicamente no hayan entregado ningún trabajo.

En los trabajos se valorará:

- El dominio de los conceptos trabajados
- La adecuación a las pautas establecidas
- La creatividad y originalidad de los proyectos
- El rigor científico en el uso de las fuentes
- La calidad técnica y formal del acabado
- La expresión correcta oral y escrita del resultado del trabajo
- La autonomía en la realización del ejercicio

Los trabajos se expondrán en clase para una autoevaluación común de los/las alumnos/as.

Se deberá obtener un mínimo de 5 en cada trabajo que se plantea a lo largo del semestre para poder hacer media.

Los plazos de entrega de los trabajos se pondrán en conocimiento del alumnado el primer día de clase, por lo cual se sabrán con suficiente antelación como para ser de obligado cumplimiento. Podrán ser, no obstante, modificadas ligeramente siempre que el desarrollo de la planificación temporal se vea afectada por alguna circunstancia justificada.

Si el trabajo se entrega más tarde de la fecha acordada, no se recogerá y la calificación final de éste será de 0. La recuperación del mismo se realizará en la convocatoria extraordinaria. Del mismo modo, si el trabajo (o examen) presentado en fecha y forma no se aprueba, el alumno dispondrá de la convocatoria extraordinaria para recuperarlo.

El profesorado determinará previamente la forma de entrega, que podrá ser tanto física como on-line.

En caso de plagio o entrega de trabajos no realizados por el/la alumno/a la calificación será de No apto.

Si se observa que el trabajo realizado por el alumno/la alumna no es concluyente o suficiente para su evaluación, el profesor/la profesora realizará las pruebas específicas extra que considere oportunas para su evaluación y tendrán que ser superadas para aprobar la asignatura.

<p>9.1.2 Alumnos con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)</p>	
<p><b>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN</b></p>	<p>Resultados de Aprendizaje evaluados</p>
<p>Las faltas de asistencia iguales o superiores al 20% del total de horas de actividad de trabajo presencial supondrá la pérdida de la evaluación continua y obligará al alumno/a a realizar y superar un examen extra teórico-práctico de todos los contenidos vistos en la asignatura.</p> <p>Este examen se realizará al final del semestre y deberá estar acompañado de la entrega y superación, además, de la totalidad de los trabajos presentados a lo largo del semestre con un mínimo de 5 de calificación en cada uno de ellos.</p> <p>En este caso, la nota del examen supondrá un 60% de la nota final, y los trabajos un 40%. La entrega de los trabajos se realizará al inicio del examen y será requisito imprescindible para poder realizarlo.</p>	<p><b>RA1, RA2, RA3, RA4</b></p>

<p><b>9.2 Convocatoria extraordinaria</b></p>	
<p>9.2.1 Alumnos con evaluación continua</p>	
<p><b>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN</b></p>	<p>Resultados de Aprendizaje evaluados</p>
<p>Los/las alumnos/as que han asistido a clase de forma regular (más del 80% de las sesiones) y que no hayan presentado o superado alguno de los trabajos/examen propuestos en la asignatura, deberán presentarlos en la convocatoria extraordinaria. Los criterios para su evaluación serán los mismos que para la convocatoria ordinaria.</p>	<p><b>RA1, RA2, RA3, RA4</b></p>
<p>9.2.2 Alumnos con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)</p>	
<p><b>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN</b></p>	<p>Resultados de Aprendizaje evaluados</p>

Para los alumnos que hayan perdido el derecho a la evaluación continua por faltas de asistencia durante el curso ordinario, y que no hayan superado el examen extra teórico-práctico de la convocatoria ordinaria, se les volverá a evaluar en la convocatoria extraordinaria siguiendo los mismos criterios. Es decir, además de la presentación y superación de todos los trabajos, deberán realizar y superar un examen teórico-práctico obteniendo un mínimo de 5 tanto en cada uno de los trabajos como en el examen, y con un porcentaje en la nota final del 60% destinado al examen y un 40% destinado a los trabajos.

Nuevamente, la entrega de los trabajos será requisito imprescindible para poder realizar el examen teórico-práctico

**RA1, RA2, RA3, RA4**

---

## 10. Bibliografía

---

Hernández, C. (2004). *Manual de creatividad publicitaria*. Madrid: Ed. Síntesis.

Burtenshaw, K., Mahon, N., Barfoot, C. (2007) *Principios de publicidad. El proceso creativo: agencias,*

*campañas, medios, ideas y dirección de arte*. Madrid: Ed. Gustavo Gili.

Rodriguez del Pino, D. (2010). *Publicidad online: las claves del éxito en Internet*". Barcelona: ESIC Editorial.

Taylor, F. (2013). *Cómo crear un portfolio y adentrarse en el mundo profesional. Guía de orientación para creativos*. Madrid: Ed. Gustavo Gili