



PRESENTACIÓN

Breve descripción: Generación de contenido para marcas desde la perspectiva de la creación audiovisual (producción, guion y dirección-realización). Va dirigida a alumnos interesados en la creación y producción de contenidos audiovisuales publicitarios y que tengan un perfil creativo.

- **Titulación:** Grado en Comunicación Audiovisual
- **Módulo/Materia:** Modulo 7. Materia 1. Optativas
- **ECTS:** 3
- **Curso, semestre:** 2º cuatrimestre
- **Carácter:** Optativa para alumnos de 3º y 4ª
- **Profesorado:** Beatriz Acinas
- **Idioma:** castellano
- **Cupo máximo de alumnos:** 30
- **Aula, Horario:** Viernes de 12 a 14:45. Aula 10. **Durante 8 viernes.** Las fechas de las clases serán orientativas (pueden ser modificadas previo aviso):
 - 1º clase: viernes
 - 2º clase: viernes
 - 3º clase: viernes
 - 4º clase: viernes
 - 5º clase: viernes
 - 6º clase: viernes
 - 7º clase: viernes
 - 8º clase: viernes

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

GRADO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

1. CONOCIMIENTOS

-RA2 Conocer y valorar el impacto de la comunicación audiovisual en sus múltiples dimensiones: social, cultural, histórica, económica, empresarial, legal, científica, deontológica y tecnológica.

- RA24

Conocer los principios básicos de dirección y gestión de empresas de comunicación audiovisual (producción, distribución y exhibición/difusión).

2. HABILIDADES

- RA10 Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocaciones 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

- RA12 Expresar conocimientos e ideas en el campo de la comunicación audiovisual de manera oral y escrita con corrección.



Universidad de Navarra

- RA13 Aplicar los conocimientos técnicos, tecnológicos y profesionales necesarios en la elaboración de contenidos audiovisuales.
- RA14 Aplicar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo encaminadas a la toma de decisiones responsable y a la resolución de problemas.
- RA15 Identificar y aplicar los elementos específicos de la producción audiovisual en las distintas fases del proceso de la elaboración de contenidos audiovisuales.
- RA17 Corregir y ajustar los errores cometidos en los procesos creativos y organizativos de la edición y realización de productos audiovisuales

3.COMPETENCIAS

- RA22 Idear, planificar y desarrollar proyectos compartidos en el ámbito de la comunicación audiovisual.
- RA26 Diseñar y dirigir la puesta en escena de contenidos audiovisuales.
- RA27 Idear y realizar en equipo proyectos audiovisuales.
- RA28 Analizar los formatos audiovisuales en el contexto de la estructura y mercados de la comunicación audiovisual.

GRADO DE MARKETING

Competencias del Título del Grado de Marketing:

- CG4 Aplicar las herramientas del marketing a partir de un análisis y una comprensión profunda del funcionamiento de los mercados y del comportamiento de los consumidores.
- CG5 Aplicar las habilidades de liderazgo, trabajo en equipo, planificación y gestión del tiempo a la toma de decisiones responsables y resolución de problemas de marketing.

Competencias:

- Aprender a crear contenidos creativos, innovadores y relevantes para las marcas o anunciantes.
- Aprender a seleccionar el formato audiovisual correcto para transmitir el *storytelling* de la marca o anunciante.
- Conocer el proceso de ideación y producción de contenidos para marcas.

PROGRAMA

1. El *branded content* dentro de la estrategia de marca.

Definición, contexto, oportunidad y tendencias actuales

2. Estrategia y approach comercial.

Cómo vender un formato de branded content. Oportunidades.



Universidad
de Navarra

3. Tipología de formatos. Ejemplos prácticos.
4. Creatividad y estrategia de contenidos. Players del mercado. *Storytelling* de marca.
5. Proceso de trabajo: Diseño, creación y producción de proyectos de *branded content*. Casos prácticos
6. Arquitectura y ecosistema del proyecto. Proyectos 360°. Casos prácticos.
7. Distribución y estrategia transmedia. Retorno de la inversión
8. Workshop. Práctica final.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las diferentes actividades formativas para el alumno son:

Clases presenciales teóricas: 16 horas.

Presentación de los *brief* de los clientes: 4 horas

Presentación del trabajo en clase: 4 horas.

Trabajos dirigidos: 26 horas.

Estudio personal: 25 horas.

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La realización de un trabajo práctico de *Branded Content* en pequeños grupos después de recibir un *brief* real de un anunciante o marca.

Se valorarán los siguientes aspectos del trabajo:

- La propuesta se ajusta al *brief* /cumplimiento de *brief*: 30%
- Creatividad, originalidad y/o innovación de la propuesta: 25%
- Presentación del dossier + *pitch* /exposición: 30%
- Aceptación/ interés del cliente: 15%

Es esencial la asistencia a las clases porque, en parte de ellas, se realizarán tareas relacionadas con el desarrollo del trabajo final.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

El alumno que no haya aprobado el trabajo final deberá volver a realizarlo de manera individual.

HORARIOS DE ATENCIÓN



Universidad
de Navarra

Dra. Patricia Diego (pdiegon@unav.es)

- Despacho 2570. Edificio de la Biblioteca. Planta 1º
- Horario de tutoría: Viernes de 9:30 a 11:00

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía recomendada:

El Branded Content en la comunicación posdigital. Estructuras, aplicaciones y casos de éxito.
Coordinadores: (José P. Olivares- Santamaría y Rocío Gago Gelado). 2021. Tirant
Humanidades [Localízalo en la Biblioteca](#)

Branded entertainment: cuando el Branded Content se convierte en entretenimiento.
Autores: Joaquín de Aguilera y Miguel Baños González, 2016. ESIC [Localízalo en la Biblioteca](#)

Libro blanco del Branded Content. IAB Spain, 2022.

www.unav.edu/unika