

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**



**GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES
PÚBLICAS**

**PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA
UNIVERSITARIA**

GUÍA DOCENTE

GUIÓN DE ENTRETENIMIENTO

CURSO ACADÉMICO 2015-2016

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA.

Título:	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Facultad:	Facultad de Ciencias de la Comunicación
Departamento/Instituto:	Departamento de Comunicación Audiovisual
Módulo:	Mención en Creación Audiovisual
Denominación de la asignatura:	Guión de Entretenimiento
Código:	18050
Curso:	Tercero
Semestre:	Primero
Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa):	Optativa
Créditos ECTS:	3
Modalidad/es de enseñanza:	Presencial
Lengua vehicular:	Castellano
Página web: www.ucjc.edu	

2. REQUISITOS PREVIOS.

Esenciales:

Los propios de la asignatura.

Aconsejables:

3. SENTIDO Y APORTACIONES DE LA ASIGNATURA AL PLAN DE ESTUDIOS.

Campo de conocimiento al pertenece la asignatura.

Esta asignatura consta de 3 créditos ECTS y pertenece a la materia de Creación audiovisual.

Relación de interdisciplinariedad con otras asignaturas del currículum.

Guion de ficción, Guion de cine: ficción, Dirección, Producción

Aportaciones al plan de estudios e interés profesional de la asignatura.

La asignatura de guion de entretenimiento en televisión tiene como objetivo que los alumnos conozcan y utilicen las herramientas del guionista profesional de televisión para poder escribir desde una simple entradilla hasta un monólogo de humor pasando por un programa completo de televisión.

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE EN RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DESARROLLA LA MATERIA.

COMPETENCIAS BÁSICAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON LAS COMPETENCIAS BÁSICAS
CB1: Capacidad para poseer y comprender los 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.	Resultado de aprendizaje CB1. Conocer el funcionamiento del proceso comunicativo en general y, en particular, de aquellas comunicaciones en las que se transmite información.
CB2: Capacidad para 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.	Resultado de aprendizaje CB2. Aplicar los conocimientos adquiridos en estudio de casos para plantear soluciones desde el campo audiovisual

CB3: Capacidad para 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.	Resultado de aprendizaje CB 3. Alcanzar una concepción profunda de la responsabilidad profesional analizando la función pública de la información y la estructura del sistema comunicativo.
CB4: Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.	Resultado de aprendizaje CB4. Explicar el mensaje para que todos los públicos puedan comprender el contexto de la sociedad de la información.
CB5: Capacidad para desarrollar aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.	Resultado de aprendizaje CB5. Desarrollar un sentido crítico del propio estudio para lograr niveles de exigencia que contribuyan al autoaprendizaje.
CT1: Desplegar sus conocimientos, actividades y valores en ámbitos culturales, deportivos y sociales.	Resultado de aprendizaje CT1: Aplicar el conocimiento de la ética y deontología profesional de la publicidad y de las relaciones públicas así como su ordenamiento jurídico, que afecta tanto a la práctica y a la conducta ética que debe presidir quehacer profesional. Aplicar el ordenamiento jurídico de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas, así como los principios éticos y de las normas deontológicas de la publicidad y de las relaciones públicas. Comprender la dimensión social y la responsabilidad social corporativa. Conocer los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres a través del derecho. Entender los valores de una conducta de paz y valores democráticos.
CT2: Mostrar interés por los actos de cooperación y solidaridad cívica	Resultados de aprendizaje CT2: Comprender la dimensión social y la responsabilidad social corporativa. Conocer los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres a través del derecho. Entender los valores de una conducta de paz y valores democráticos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE39. 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.	Resultado de aprendizaje C39. Aplicar los conocimientos de la Publicidad y Relaciones Públicas vinculados a las nuevas tecnologías. Diseñar una estrategia de medios considerando los nuevos soportes
CE4 Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.	Resultado de aprendizaje CE4. Identificar los procesos del trabajo en equipo

CE36 - Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.	Resultado de aprendizaje CE36.- Crear un mensaje publicitario usando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.
CE18 - Capacidad para el estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación	Resultado de aprendizaje CE18. Diseñar estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación
CE16 - Capacidad para aplicar el conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación publicitaria: escuelas, métodos y técnicas.	Resultado de aprendizaje CE16. Aplicar los conocimientos teóricos de la Publicidad y las Relaciones Públicas a problemas de comunicación.
CE5 - Preparación para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir, pasando de la idea a la estrategia en casos de comunicación	Resultado de aprendizaje CE5. Analizar de manera crítica situaciones de comunicación de manera que pueda asumir responsabilidades de gestión. . Diseñar estrategias acordes con la materia.
CE8 - Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.	Resultado de aprendizaje CE8. Analizar de manera crítica problemas sociales y éticos desde el ámbito de la Publicidad y las Relaciones Públicas Transmitir sus ideas y soluciones a problemas propuestos desde el ámbito de la comunicación desde una perspectiva oral y escrita. Analizar de manera crítica textos y casos vinculados a la materia
CE9 - Capacidad para aplicar el conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas.	Resultado de aprendizaje CE9. Aplicar el conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas Aplicar diferentes técnicas de creatividad al proceso de comunicación

5. CONTENIDOS / TEMARIO / UNIDADES DIDÁCTICAS

Introducción

UNIDAD 1. Televisión y modalidades discursivas

UNIDAD 2. Géneros y formatos de no ficción en TV

UNIDAD 3. Entretenimiento y sentimientos estéticos

UNIDAD 4. El guion de la Stand-up Comedy

- UNIDAD 5. El guion del Sketch-Show
- UNIDAD 6. El guion del Infotainment
- UNIDAD 7. El guion del Late Night Shows.
- UNIDAD 8. El guion del Talk Show
- UNIDAD 9. El guion de los Concursos
- UNIDAD 10. El guion del Docureality
- UNIDAD 11. El guion del Reality Show
- UNIDAD 12. El guion del Coaching Show
- UNIDAD 13. El guion del Musicales y las Variedades

6. CRONOGRAMA

UNIDADES DIDÁCTICAS / TEMAS	PERÍODO TEMPORAL
Introducción UNIDAD 1. Televisión y modalidades discursivas UNIDAD 2. Géneros y formatos de no ficción en TV UNIDAD 3. Entretenimiento y sentimientos estéticos	septiembre
UNIDAD 4. Stand-up comedy UNIDAD 5. Sketch-show UNIDAD 6. Infotainment UNIDAD 7. Late night shows.	octubre
UNIDAD 8. Talk show UNIDAD 9. Concursos UNIDAD 10. Docureality UNIDAD 11. Reality Show	noviembre
UNIDAD 12. Coaching Show UNIDAD 13. Musicales y variedades	diciembre

7. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DE ENSEÑANZA

MODALIDAD ORGANIZATIVA	MÉTODO DE ENSEÑANZA	COMPETENCIAS RELACIONADAS	HORAS PRESENC.	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	TOTAL DE HORAS
Clase Magistral	Lección magistral, estudio de casos	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5, CE18	12	1	13
Prácticas en clase programadas por el profesor	Aprendizaje cooperativo	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5, CE4, CE5, CE8, CE9, CE16, CE36, CE39	5	1	6
Realización y producción de un spot que entronque las diversas asignaturas.	Aprendizaje orientado a proyectos	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5, CE5, CE8, CE9, CE16, CE36, CE39	2	2	4
Lectura y comentario de bibliografía propuesta	Estudio de casos	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5, CE4, CE5, CE8, CE9, CE16, CE36, CE39	3	2	5
Tutorías de seguimiento y orientación	Contrato de aprendizaje	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5, CE4, CE5, CE8, CE9, CE16, CE36, CE39, CE18	3	2	5
Trabajo autónomo del alumno	Aprendizaje orientado a proyectos	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5, CE5, CE8, CE9, CE16, CE36, CE39	0	21	21
Participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación	Aprendizaje orientado	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5, CE4, CE5, CE8, CE9, CE16, CE36, CE39, CE18	14	0	14
Trabajos prácticos guiados por el profesor y exposición de los mismos.	Estudio de casos	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5, CE4, CE5, CE8, CE9, CE16, CE36, CE39	1	2	3
Elaboración de un portfolio con noticias y artículos relacionados con la materia	Aprendizaje orientado a proyectos	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5, CE5, CE8, CE9, CE16, CE36, CE39	0	1	1
Discusiones y debates	Aprendizaje cooperativo	Cb1, Cb2, Cb3, Cb4, Cb5, CE4, CE5, CE8, CE9, CE16, CE36, CE39	2	1	3
Total de horas					

			42	33	75
--	--	--	----	----	----

8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
Pruebas de evaluación en desarrollo	Prueba teórica escrita sobre las unidades y lectura obligatoria	40%
Elaboración del trabajo inter-asignaturas y otras prácticas	Ejercicios de escritura del trabajo final Proyecto final: biblia y guion de un programa de entretenimiento	40%
Participación y asistencia a clase	Asistencia y actitud participativa	20%

CONSIDERACIONES GENERALES ACERCA DE LA EVALUACIÓN:

Los alumnos podrán acogerse a la **EVALUACION CONTINUA** si realizan, al menos, el 80% de las pruebas objetivas y de los trabajos prácticos semanales. Si consiguen en cada uno de estos apartados al menos un 4 y la nota media es aprobado, superarán la asignatura.

La **CONVOCATORÍA ORDINARIA Y LA EXTRAORDINARIA** consistirán en 2 pruebas, CADA UNA DE ELLAS DEBE SER SUPERADA CON UN 5 DE NOTA:

1) Test sobre el contenido o temario de la asignatura y la lectura obligatoria. Preguntas tipo test que no descuentan.

2) Presentación de la biblia y de las 5 primeras páginas del piloto de un programa de entretenimiento acorde con la especialidad que cursa el alumno.

A) Contenido de la BIBLIA: 1. La idea o concepto. 2. El formato. 3. La documentación. 4. La estética. 5. La escaleta de contenidos y técnica. 6. Papel de presentadores, invitados o actores, 7. El espacio y decorados 8. La transmisión narrativa 9. El tratamiento de realización, 10. Estrategia de venta.

B) GUIÓN. Desarrollo de los 5 primeros minutos del programa

FALTAS DE ORTOGRAFÍA:

En cuanto a las faltas de ortografía en los trabajos escritos, y como regla general, una falta grave supondrá un punto menos en el ejercicio o evaluación. Dos faltas graves dos puntos menos y tres faltas graves un suspenso en el ejercicio o evaluación. Respecto a las faltas de ortografía consideradas leves (acentos y mayúsculas) cada dos faltas leves supondrán una grave con la misma equivalencia.

FALTAS DE INTEGRIDAD EN EL AULA

Las faltas en la Integridad Académica (ausencia de citación de fuentes, plagios de trabajos o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes), así como firmar en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicarán la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas por la Universidad.

9. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

Bibliografía básica

- DIEZ PUERTAS, Emeterio (2003). *Narrativa Radiofónica y Televisiva*. Madrid: UCJC.
- GUERRERO, Enrique (2013). *Guion y producción de programas de entretenimiento*. Pamplona: Eunsa.
- LACALLE ZALDUERO, M. (2001). *El espectador televisivo: los programas de entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- LEÓN, Bienvenido (coordinador) (2013). *Entretenimiento televisivo basado en hechos reales: géneros, formatos y tendencias*. Salamanca. Comunicación Social.
- SANGRO, Pedro y SALGADO, Alejandro (2008). *El entretenimiento en TV. Guion y creación de formatos de humor en España*. Barcelona: Laertes.
- TOLEDO ARAL, S. (2012) *Cómo crear un programa de televisión*. Barcelona: Laertes.

Bibliografía complementaria

- ARROYO, Edu (2001). *Caiga quien caiga: el libro*. Barcelona: Mondadori.
- FRANCES, Miquel y otros (2014). *La televisión de la crisis ante el abismo digital*. Barcelona: Gedisa.
- IMBERT, G. (2003). *El zoo visual: de la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona, Gedisa.
- IZAGUIRRE, Txelu (1998). *Realidad y espectáculo: en torno al reality show*. Valencia: Epiesteme.
- MARTÍNEZ, Antonio (2000). *El Guiñol: obras completas*. Madrid: Aguilar.
- PASTORIZA, Francisco R. (1997). *Perversiones televisivas: una aproximación a los nuevos géneros audiovisuales*. Madrid: IORTV.
- QUINTANS, Rebeca (2000). *Gran Hermano, el precio de la dignidad*. San Sebastián: Arakatzte.
- WINKELS, Edwin (2002). *Operación triunfo*. Barcelona: Ediciones B.

10.- OBSERVACIONES

LIBRO DE LECTURA OBLIGATORIA:

- GUERRERO, Enrique (2013). *Guion y producción de programas de entretenimiento*. Pamplona: Eunsa.

