



DATOS IDENTIFICATIVOS

Creación de Contenidos Audiovisuales

Asignatura	Creación de Contenidos Audiovisuales			
Código	P04M082V01108			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Frade Fraga, Sergio			
Profesorado	Fernández Santiago, Luís Emilio			
Correo-e	sergio.frade@uvigo.es			
Web	http://www.direccionarte.es			
Descripción general	La producción audiovisual como soporte expresivo propio de la producción gráfica y publicitaria.			

Competencias

Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
C1	Dotar a los estudiantes de la formación e instrumentos necesarios para el desempeño competente de actividades de carácter profesional vinculadas a la creatividad publicitaria.
C4	Desarrollar la capacidad para construir y planificar discursos propios de la comunicación publicitaria para la elaboración de campañas comunicativas, adecuando las estrategias y los mensajes a los objetivos establecidos y a los diferentes públicos.
C10	Capacidad teórico-práctica en la creación, elaboración y desarrollo de un original publicitario en el marco de una estrategia corporativa global.
C13	Capacidad para concebir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria.
C19	Capacidad para coordinar equipos y liderar la creación de campañas publicitarias desde el punto de vista creativo.
D1	Capacidad de adaptación a los cambios y nuevos entornos del mercado publicitario.
D2	Capacidad de trabajar de forma autónoma como creativo publicitario (en sus más diversas acepciones) una vez finalizado y superado el Curso de Postgrado.
D5	Habilidad para la organización y temporalización de las tareas de cara a cumplir los plazos de entrega de los originales de acuerdo con una estrategia publicitaria determinada.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Identificar cada una de las fases en el proceso de creación publicitaria audiovisual teniendo en cuenta los cambios en el sector y la adaptación a nuevas circunstancias.	A1	C1	D1 D5
Adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción audiovisual teniendo en cuenta la identidad de marca y la línea estratégica corporativa.	A5	C1 C4 C10	
Planificar las piezas elaboradas dentro de un calendario para lograr impactar al público objetivo de modo autónomo.	A1 A5	C1	D2 D5
Producir mensajes efectivos de carácter audiovisual y realizar estas piezas con solvencia en referencia a un público objetivo.		C13 C19	

Contenidos

Tema

- Fundamentos de la comunicación audiovisual	-Pinceladas sobre lenguaje audiovisual. -Ritmos y tiempos por sector. -Formatos y multiformatos.
- Guión, desarrollo y presentación de proyectos audiovisuales.	-Notas sobre formatos de guión. -Aproximación al guión de dirección. -Definiendo un guión técnico. -Storyboard de producción y agencia.
- Producción audiovisual	-Animáticas, Video del storyboard. -Previs con motiongraphics. -Asomándonos al MotionGraphics.
-Distribución de contenidos en vídeo.	-Adaptación y adecuación de formatos. -Previsión de plataforma. -codificaciones populares.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Debate	2	4	6
Estudio de casos	5	50	55
Presentación	2	2	4
Lección magistral	5	5	10

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Debate	Debate sobre los contenidos de la asignatura tomando en cuenta una muestra de piezas premiadas en diferentes etapas históricas. CB1 CB5 CE4
Estudio de casos	Estudio de casos prácticos por parte del alumno en las que apliquen los conocimientos aportados en las sesiones magistrales y de análisis cada uno de ellos. CB1 CB5 CE1 CE4 CT1
Presentación	Exposición individual del trabajo sobre los estudios de casos que han elaborado en este módulo. CB5 CE4 CE10 CE13 CE19 CT2 CT5
Lección magistral	Explicación de los conceptos básicos de la materia con ejemplos prácticos, aportando material audiovisual durante las sesiones. CB1 CB5 CE1 CE10 CT1

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Presentación	Exposición de pieza elaborada como si fuese el cliente final.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Debate	Debates Como parte de la evaluación continua se tendrá en cuenta la participación y grado de preparación sobre la temática propuesta durante el debate.	15	
Presentación	Presentaciones/exposiciones Exposición del trabajo final del módulo.	15	
Lección magistral	Sesión magistral Se evaluará la aplicación práctica de los contenidos abordados en un trabajo que se entrega tras la impartición del módulo.	70	

Otros comentarios sobre la Evaluación

En segunda convocatoria se presentará un trabajo como aplicación párctica de los contenidos abordados en el módulo.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Steve Hullfish and Jaime Fowler, **Color Correction for Video**, (Second Edition),

Ron Brinkmann, **The Art and Science of Digital Compositing (Techniques for Visual Effects, Animation and Motion Graphics)**, 2nd Edition, Morgan Kaufmann, 2008

Rick Parent, **Computer Animation (Algorithms and Techniques)**, 3rd Edition, Morgan Kaufmann, 2012

Steve Wright, **Digital Compositing for Film and Video: Production Workflows and Techniques**, 4th Edition, Focal Press, 2017

Lee Lanier, **Advanced Visual Effects Compositing: Techniques for Working with Problematic Footage**, 1st Edition, Focal Press, 2017

Chris Jackson, **After Effects for Designers: Graphic and Interactive Design in Motion**, 1st Edition, 2017

Michael Betancourt, **Semiotics and Title Sequences: Text-Image Composites in Motion Graphics (Routledge Studies in Media Theory and Practice)**, 1st Edition, Routledge focus, 2017

Casey Cantrell, **Digital Effects and Compositing on a Budget**, 1st Edition, Kindle, 2015

Renee Dunlop, **Production Pipeline Fundamentals for Film and Games**, 1st Edition, Focal Press, 2014

Recomendaciones

Otros comentarios

Materia de carácter obligatorio
