



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Producción para medios audiovisuales

Asignatura	Producción para medios audiovisuales			
Código	P04M082V11214			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad Dpto. Externo			
Coordinador/a	Frade Fraga, Sergio			
Profesorado	Chantada Puime, Noemi Frade Fraga, Sergio			
Correo-e	sergiofradefraga@gmail.com			
Web	<a href="http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es">http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es</a>			
Descripción general	Producción, realización y postproducción audiovisual general			

## Competencias

Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
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.
B2	Capacidad de tomar decisiones fundamentadas y resolver problemas en contextos profesionales en relación con el ámbito de la comunicación publicitaria y los procesos creativos.
B4	Capacidad de trabajar en un equipo interdisciplinar.
B6	Capacidad para diseñar y gestionar proyectos complejos en el ámbito de la Publicidad y el Diseño.
C1	Dominio de los conocimientos e instrumentos necesarios para el desempeño competente, autónomo o colaborativo, de las actividades de carácter profesional vinculadas a la creatividad publicitaria
C7	Capacidad teórico-práctica para la creación, elaboración y desarrollo de un original publicitario en el marco de una estrategia corporativa global que se adapten adecuadamente a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los canales de difusión.
C14	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
Aplicar los conocimientos del lenguaje audiovisual a la elaboración de un original publicitario audiovisual obedeciendo a criterios estratégicos de un anunciante.	A2 A5 B4 C1 C7 C14

Gestionar proyectos desde su planificación (producción) a la ejecución y arte final en el contexto de los medios audiovisuales ya sea de forma autónoma como trabajando en un equipo.	A2 B4 B6 C7 C14
Conocimiento de los medios técnicos necesarios para la ejecución de piezas publicitarias audiovisuales.	A2 B2 B6 C1 C7

## Contenidos

Tema	
Preproducción: equipo, planificación, documentación y recursos	Preproducción: el guion publicitario El guion técnico Documentación de producción para la realización de la obra audiovisual
Producción y rodaje	Taller de rodaje
Edición y postproducción	Taller de edición de video

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	12	0	12
Prácticas con apoyo de las TIC	12	0	12
Trabajo tutelado	3	48	51

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

## Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Explicación de los conceptos básicos de la materia con ejemplos prácticos, aportando material audiovisual durante las sesiones.
Prácticas con apoyo de las TIC	Taller
Trabajo tutelado	Prácticas de campo Aprendizaje basado en proyectos

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajo tutelado	Los alumnos contarán con el apoyo de los docentes para la realización de su proyecto

## Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Lección magistral	Sesión magistral Se evaluará la aplicación práctica de los contenidos abordados en un trabajo que se entrega tras la impartición del módulo.	10	
Prácticas con apoyo de las TIC	Aprovechamiento de sesiones prácticas explicativas para la aplicación práctica de los contenidos abordados en las sesiones magistrales	0	
Trabajo tutelado	Diseño, realización, edición y postproducción de una pieza publicitaria audiovisual sobre un producto, servicio o idea siguiendo la estrategia corporativa predefinida	90	

## Otros comentarios sobre la Evaluación

## Fuentes de información

### Bibliografía Básica

MARZAL FELICI, JOSÉ JAVIER (COORD.), GÓMEZ TARÍN, FRANCISCO JAVIER (COORD.), **El productor y la producción en la industria cinematográfica**, Editorial Complutense, 2009

JACOSTE, JOSÉ, **El productor cinematográfico**, Síntesis, 2004

MARTÍN PROHARAM, Miguel Ángel, **La organización de la producción en el cine y la tv**, Forja, 1984

SIMPSON, ROBERT S., **Manual práctico para producción audiovisual**, Gedisa, 1998

### Bibliografía Complementaria

---

**Recomendaciones**

---

**Otros comentarios**

---

Materia de carácter optativo

---