



DATOS IDENTIFICATIVOS

Producción publicitaria en medios audiovisuales

Asignatura	Producción publicitaria en medios audiovisuales			
Código	P04G190V01504			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 3	Cuatrimstre 2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Martínez Martínez, María Isabel			
Profesorado	Martínez Martínez, María Isabel Valderrama Santomé, Mónica			
Correo-e	isabelmartinez@uvigo.es			
Web	http://www.producepubli.blogspot.com			
Descripción general	Las piezas audiovisuales son esenciales para alcanzar el target en una campaña publicitaria y de RR.PP. Todos los formatos empleados desde el clásico spot a las mini promociones o los vídeos corporativos serán descritos y desarrollados tanto en la teoría como en las prácticas individuales y colectivas dentro de esta materia. Situada tras conocer por otras disciplinas las tecnologías existentes en el campo de la comunicación y complementando otras materias dentro de este tercer curso. La materia aportará un bagaje más específico en las herramientas de trabajo publicitario en el mundo profesional actual. En producción publicitaria en medios audiovisuales se explicarán las distintas fases por las que se transita desde la idea inicial hasta transformarse en un mensaje persuasivo acabado y listo para su emisión. También se inicia al alumno en el conocimiento del desempeño de cada uno de los miembros y equipos que conciben y realizan el producto audiovisual.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código				
C13	Destrezas expresivas: capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Realización de piezas publicitarias básicas y supervisión de su producción definitiva.			
C15	Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en el ámbito de la actividad publicitaria y de las relaciones públicas.			
D2	Competencias creativas: capacidad para la creatividad, la innovación y la adaptación al cambio.			
D3	Competencias colaborativas: capacidad de adaptación a los objetivos y valores organizacionales y de trabajo en equipo			
D4	Competencias directivas: capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas.			
D5	Competencias directivas: capacidad de asumir el liderazgo en proyectos, gestionándolos eficientemente y asumiendo compromisos de responsabilidad social			
D6	Competencias directivas: preparación para asumir el riesgo en la toma de decisiones.			

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Elaborar piezas publicitarias audiovisuales. Énfasis en los formatos de reciente aparición.	C13
Reconocer de modo unánime la terminología de los guiones para poder intercambiar archivos entre individuos y equipos	C13
Ejercer el control económico y aplicar la legislación existente que afecta al ámbito audiovisual y distribución de los productos.	C15
Demostrar versatilidad para adaptarse a diferentes situaciones no sólo de tipo tecnológico sino también de carácter humano.	D2

Colaborar con los integrantes de un equipo y entre equipos en un grupo para proponer, perfilar y decidir entre diferentes propuestas.	D3
Repartir tareas específicas dentro de los equipos, siguiendo la división existente en el sector audiovisual para poder llevar a cabo una producción.	D3
Coordinar recursos y equipos para aprovechamiento del tiempo bajo una dirección de liderazgo en un sector altamente jerarquizado para la toma de decisiones.	D4 D5
Asumir la toma de decisiones en las diferentes fases de la producción audiovisual.	D6

Contenidos

Tema	
TEMA 1. LA MATERIA PRIMA DEL PRODUCTO AUDIOVISUAL	1.1. idea, story line 1.2. sinopsis 1.3. tratamiento 1.4. guión literario 1.5. guión técnico
TEMA 2. EL UNIVERSO DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	2.1. Análisis de la producción en el sector audiovisual 2.2. la empresa audiovisual 2.3. el producto audiovisual 2.4. la figura del productor 2.5. la producción publicitaria audiovisual
TEMA 3. EL CAPITAL HUMANO EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	3.1. el equipo de producción 3.2. el equipo de realización 3.3. redacción 3.4. documentación 3.5. iluminación 3.6. cámaras de cine y vídeo 3.7. sonido 3.8. escenografía 3.9. caracterización 3.10. efectos especiales 3.11. otros equipos
TEMA 4. LA PREPRODUCCIÓN: LLAVE DEL ÉXITO Y VIABILIDAD DE UN PROYECTO AUDIOVISUAL	4.1. el desglose de guión 4.2. localizaciones y casting 4.3. plan de trabajo
TEMA 5. MEDIOS Y SOPORTES EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL: EL RODAJE Y LA EDICIÓN	5.1. formatos: cinematográfico, videográfico y multimedia 5.2. Realización práctica 5.2.1. monocámara 5.2.2. multicámara 5.2.3. directo y diferido 5.3. Edición 5.3.1. off line 5.3.2. on line
TEMA 6. LA CONSTRUCCIÓN DEL DISCURSO AUDIOVISUAL	6.1. el lenguaje audiovisual 6.2. el discurso publicitario audiovisual 6.3. los géneros 6.3.1. cinematográficos 6.3.2. televisivos 6.3.3. publicitarios
TEMA 7. DOCUMENTOS DE TRABAJO EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	7.1. documentos de dirección 7.1.1. guiones y géneros 7.1.2. story board 7.1.3. animatic 7.1.4. escaletas 7.1.5. minutos 7.2. documentos de gestión 7.2.1. contratos 7.2.2. permisos 7.2.3. justificantes de gasto 7.3 documentos organizativos
TEMA 8. CONTROL ECONÓMICO EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	8.1. el presupuesto 8.2. principales recursos financieros y ayudas a la producción 8.2.1. esponsorización 8.2.2. derechos de antena 8.2.3. subvenciones 8.3. principales fórmulas de producción
TEMA 9. FINALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN: POSTPRODUCCIÓN Y MASTERIZACIÓN.	9.1. Herramientas de postproducción

TEMA 10. DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO AUDIOVISUAL	10.1. mercados y distribución 10.2. itinerarios y fases de comercialización 10.2.1. cine 10.2.2. televisión 10.2.3. internet 10.2.4. otros soportes 10.3. festivales, muestras y concursos
TEMA 11. MARCO EMPRESARIAL Y JURÍDICO DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	11.1. sociedades empresariales 11.2. organismos y entidades 11.3. legislación básica 11.4. propiedad intelectual 11.5. los modelos contractuales
TEMA 12. INTRODUCCIÓN AL SOFTWARE DE GESTIÓN EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	12.1. Aplicaciones para la producción audiovisual

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajo tutelado	10	30	40
Prácticas con apoyo de las TIC	12	32.5	44.5
Lección magistral	15	0	15
Portafolio/dossier	11	25	36
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	12.5	14.5

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

Metodologías

	Descripción
Trabajo tutelado	Prácticas que se desarrollarán en el aula con la asistencia de las docentes para la realización de una o varias piezas publicitarias audiovisuales.
Prácticas con apoyo de las TIC	Prácticas en laboratorios audiovisuales. Plató, sala de edición y postproducción. - Rodaje. - Edición. - Postproducción.
Lección magistral	Explicación teórica de los epígrafes del programa de la materia.
Portafolio/dossier	Elaboración de dossieres propios de una producción publicitaria audiovisual como - Guión. - Desglose y documentos de producción. - Story line y story board de la agencia.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajo tutelado	Elaboración de partes de las piezas que tienen que hacer para la práctica. Por ejemplo el guión, el story line y story board.
Prácticas con apoyo de las TIC	Sesiones en plató, seminario y edición de vídeo digital.
Portafolio/dossier	Se atenderán tanto en el aula como en tutorías presenciales y telemáticas las dudas del alumnado

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Trabajo tutelado	En el propio aula y de manera individual o grupal se elaborarán piezas publicitarias audiovisuales	20	C13 C15	D3 D4 D5 D6
Prácticas con apoyo de las TIC	Elaboración de dos piezas publicitarias. Prueba-simulación de edición en vídeo publicitario.	30	C13	D2 D3 D4 D5 D6
Portafolio/dossier	Creación de una carpeta de producción publicitaria audiovisual que contendrá: story line, guión técnico, desglose, presupuesto y otros elementos propios.	30	C13 C15	D3 D4 D5 D6

Resolución de problemas y/o ejercicios	Se requiere del alumnado una comprensión y demostración de las competencias adquiridas en las sesiones de lección magistral. Preguntas breves sobre el temario.	20	C13 C15	D2 D3 D4 D5 D6
--	---	----	------------	----------------------------

Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumnado podrá optar entre dos tipos de calificaciones: evaluación continua y evaluación global

1- Evaluación continua:

Se aplicarán los porcentajes y conceptos anteriores (trabajo tutelado, prácticas con apoyo de las TIC, carpeta/dosier y resolución de problemas). La nota final será la nota media de los 3 apartados, segundo las sus porcentajes relativos. Se conservarán las calificaciones de las partes aprobadas para la convocatoria de julio.

En la segunda edición (julio) se aplicarán los mismos criterios. Todos los detalles de la estructura del examen, trabajos y prácticas, el calendario de entrega, los criterios de corrección, así como las calificaciones, se publicarán en la plataforma MOOVI. Será responsabilidad del alumno estar atento a esta información, ya que no se facilitarán por ningún otro medio. La participación en clase, el interés y la asistencia serán valoradas. Es obligatorio la asistencia a las clases prácticas en el horario establecido.

2 - Evaluación global:

De conformidad con el dispuesto en el Reglamento de evaluación, cualificación y calidad docente y en el proceso de aprendizaje del alumnado, el estudiante que no opte por la modalidad de evaluación continua tendrá derecho a una prueba global en las fechas que determine la Facultad. Será una única prueba en la que el alumno podrá obtener una nota entre 0 y 10, igual que en la evaluación continua.

Esta posibilidad debe ser solicitada expresamente por el estudiante, con antelación y con los trámites que determine la Decana de la Facultad, y supondrá la anulación automática de todas las calificaciones obtenidas por la modalidad de evaluación continua.

Dicho procedimiento se puede consultar en la plataforma MOOVI. No se admitirán solicitudes transcurrido el plazo establecido y, una vez reconocido el derecho, no se podrá desistir del mismo.

Las pruebas se realizarán en la fecha y hora oficialmente establecidas por la Facultad. Como norma general, la duración de esta prueba oficial es de dos horas. Para la evaluación global, cada alumno dispondrá de 3 horas adicionales (5 desde el inicio de la prueba) para realizarla. Constará de las siguientes pruebas:

1 - Examen teórico (30% de la nota). Será similar al de la modalidad de evaluación continua, por lo que es aplicable lo explicado en el apartado de Examen de preguntas del epígrafe de evaluación de la guía.

2 - Trabajo final (40% de la nota). También será similar a la propuesta en la evaluación continua. El alumno lo entregará el día de la prueba final de evaluación y consistirá en uno o varios trabajos finales que determinarán las docentes.

3 - Prácticas (30% de la nota). Realización de una prueba de carácter práctico empleando los medios y espacios de la Facultad. Esta prueba se realizará después del examen teórico y tendrá una duración máxima de 3 horas.

La nota final será la nota media de las 3 partes, segundo las sus correspondientes porcentajes. Es obligatorio obtener una nota mínima de cinco en cada una de las partes para superar la materia. Se conservará la calificación de las partes aprobadas para la edición de julio.

En la segunda edición (julio) se aplicarán los mismos criterios. Todos los detalles de la estructura del examen, trabajos y prácticas, el calendario de entrega, los criterios de corrección, así como las calificaciones, se publicarán en la plataforma MOOVI.

Será responsabilidad del alumnado estar atento a esta información, ya que no se facilitará por ningún otro medio.

Cualquiera aspecto no previsto en esta guía se resolverá en función del citado Reglamento de evaluación, cualificación y calidad de la enseñanza y del proceso de aprendizaje del alumnado.

<https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/normativa/public/show/565>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Cancho, N. y García Torres, M., **Planificación de proyectos audiovisuales**, 9788494731907, Altaria Editorial, 2017

García-Clairac, S., **Realización de spots publicitarios**, 8496416879, Almuzara, 2005

García Guardia, M. L. y Menéndez, H., **Fundamentos de la realización publicitaria**, 9788470742170, Fragua, 2007

Gurrea, A., **Como se hace un spot publicitario**, 8498601827, Universidad del País Vasco, 2008

Poveda, M. A., **Producción de ficción**, 9788470746901, Fragua, 2016

Sánchez-Escalonilla, A., **Del guión a la pantalla**, 9788434423114, Ariel, 2016

Simpson, R. S., y Álvarez, J., **Manual práctico para la producción audiovisual**, 9788474326840, Gedisa, 2018

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Producción publicitaria en la web y multimedia/P04G190V01801

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Evaluación de la eficacia publicitaria/P04G190V01601

Planificación y gestión de medios publicitarios/P04G190V01602

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Comunicación: Teoría y técnica de la imagen/P04G190V01106

Teoría y práctica de la comunicación publicitaria/P04G190V01105

Teoría y práctica de la comunicación televisiva/P04G190V01405

Teoría y práctica de la fotografía publicitaria/P04G190V01305
