



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Producción Publicitaria Audiovisual

Materia	Producción Publicitaria Audiovisual			
Código	P04M082V01205			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OP	1	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Valderrama Santomé, Mónica			
Profesorado	Frade Fraga, Sergio Valderrama Santomé, Mónica			
Correo-e	santome@uvigo.es			
Web	<a href="http://www.direccionarte.es">http://www.direccionarte.es</a>			
Descrición xeral	Producción, realización y postproducción audiovisual xeral			

## Competencias

Código	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
C1	Dotar os estudantes da formación e instrumentos necesarios para o desempeño competente de actividades de carácter profesional vinculadas á creatividade publicitaria.
C3	Formar profesionais capacitados para desenvolver a actividade publicitaria desde o respecto aos dereitos fundamentais dos homes e mulleres que viven nunha sociedade de consumo e salientando aqueles aspectos relativos aos principios da igualdade de xénero.
C8	Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.
C9	Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.
C10	Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.
C12	Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.
C13	Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.
C14	Capacidade para escribir textos publicitarios con fluidez, e adecuación ás necesidades creativas dunha mensaxe.
C17	Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.
D1	Capacidade de adaptación aos cambios e novos medios do mercado publicitario.
D5	Habilidade para a organización e temporalización das tarefas de cara a cumprir os prazos de entrega dos orixinais de acordo cunha estratexia publicitaria determinada.

## Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
(*)	A2 C1 D5

(*)	A2 C1 C3 C9 C13 C17 D1 D5
(*)	C8 C12 C13 C14
(*)	C1 C8
(*)	A2 C10 C13

### Contidos

Tema

(\*)Producción, realización y postproducción audiovisual      (\*)Producción, realización y postproducción audiovisual

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Prácticas de laboratorio	2	2	4
Proxectos	5	50	55
Obradoiros	2	4	6
Sesión maxistral	5	5	10

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

### Metodoloxía docente

	Descrición
Prácticas de laboratorio	Tras explicación do programa de edición audiovisual AVID elabórase unha montaxe dunhas pezas publicitaria.
Proxectos	PROXECTO PUBLICITARIO AUDIOVISUAL. Se elaboraci3n dunha peza para un produto, servizo ou idea real ou ficticia para a súa inserci3n en xanelas de difusi3n.
Obradoiros	De gui3n publicitario. Explicaci3n de modelo por columnas de v3deo, audio e tempo de plano e acumulados (gui3n t3cnico). Desde o *story *line ata a escritura da peza.
Sesi3n maxistral	Explicaci3n dos conceptos b3sicos da materia con exemplos pr3cticos, achegando material audiovisual durante as sesi3ns.

### Atenci3n personalizada

Metodolox3as	Descrici3n
Prácticas de laboratorio	En seminario para elaboraci3n de gui3n, en estudio para rodaxe e en salas de *postproducci3n para a montaxe da peza.
Proxectos	Elaboraci3n dunha peza publicitaria desde a idea 3 creaci3n do produto audiovisual para un produto, servizo ou idea.

### Avaliaci3n

	Descrici3n	Cualificaci3n	Resultados de Formaci3n e Aprendizaxe
Prácticas de laboratorio	Tras explicaci3n do programa de edición audiovisual AVID elab3rase unha montaxe dunhas pezas publicitaria.	15 A2	C1 C8 C14 C17 D1
Proxectos	PROXECTO PUBLICITARIO AUDIOVISUAL. Se elaboraci3n dunha peza para un produto, servizo ou idea real ou ficticia para a súa inserci3n en xanelas de difusi3n.	75	C3 C10 C12 C13 D5

Sesión maxistral	Sesión maxistral Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega tras a impartición do módulo.	10	C1 C9 C13 C14	D5
------------------	--	----	------------------------	----

---

### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

---

### **Bibliografía. Fontes de información**

---

### **Recomendacións**

#### **Materias que continúan o temario**

Traballo Fin de Máster/P04M082V01208

---

#### **Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

Produción Publicitaria en Medios Convencionais/P04M082V01202

Produción Publicitaria en Medios non Convencionais/P04M082V01203

---

#### **Materias que se recomenda ter cursado previamente**

Creación de Contidos Audiovisuais/P04M082V01108

---