



## 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	Frade Fraga, Sergio			
Profesorado	Frade Fraga, Sergio Martínez-Borso Legerén, Emilio			
Correo-e	sergio.frade@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	
1. O proceso de preproducción e produción: elementos e documentación	1.1. Preproducción: o guion publicitario 1.2. O guion técnico 1.3. Documentación de produción para a realización da obra audiovisual
2. O proceso de realización dunha obra audiovisual	2.1. Obradoiro de rodaxe
3. Achegamento á postproducción: proceso e ferramentas de edición	3.1. A edición: noicións básicas 3.2. Achegamento á ferramenta Davinci Resolve 3.3. Obradoiro de edición

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Prácticas de laboratorio	5	5	10
Aprendizaxe baseado en proxectos	10	30	40
Obradoiro	5	10	15
Lección 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 Davinci Resolve elabórase unha montaxe dunhas pezas publicitaria.
Aprendizaxe baseado en proxectos	PROXECTO PUBLICITARIO AUDIOVISUAL. Se elabora dunha peza para un produto, servizo ou idea real ou ficticia para a súa inserción en xanelas de difusión.
Obradoiro	Guion publicitario. Explicación de modelo por columnas de vídeo, audio e tempo de plano e acumulados (guion técnico). Desde o storyline ata a escritura da peza.
Lección maxistral	Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, achegando material audiovisual durante as sesións.

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio	En seminario para elaboración de guión, en estudio para rodaxe e en salas de *postproducción para a montaxe da peza.
Aprendizaxe baseado en proxectos	Elaboración dunha peza publicitaria desde a idea á creación do produto audiovisual para un produto, servizo ou idea.
Obradoiro	Obradoiro sobre a rodaxe dunha peza publicitaria audiovisual

### Avaliación

Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe

Prácticas de laboratorio	Tras explicación do programa de edición audiovisual AVID elabórase unha montaxe dunhas pezas publicitaria.	15	A2	C1 C8 C14 C17	D1
Aprendizaxe baseado en proxectos	PROXECTO PUBLICITARIO AUDIOVISUAL. Se elaboración dunha peza para un produto, servizo ou idea real ou ficticia para a súa inserción en xanelas de difusión.	75		C3 C10 C12 C13	D5
Lección 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

#### 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

### Recomendacións

#### Materias que continúan o temario

Traballo de Fin de Máster/P04M082V01208

#### Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Producción Publicitaria en Medios Convencionais/P04M082V01202

Producción Publicitaria en Medios non Convencionais/P04M082V01203

#### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Creación de Contidos Audiovisuais/P04M082V01108