



## 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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Fernández Santiago, Luís Emilio			
Profesorado	Fernández Santiago, Luís Emilio			
Correo-e	faraon@uvigo.es			
Web	<a href="http://www.direccionarte.es">http://www.direccionarte.es</a>			
Descripción general	La producción audiovisual como soporte expresivo propio de la producción gráfica y publicitaria.			

## Competencias

Código		Tipología
CB1	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.	• saber hacer
CB5	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.	• saber hacer
CE1	Dotar a los estudiantes de la formación e instrumentos necesarios para el desempeño competente de actividades de carácter profesional vinculadas a la creatividad publicitaria.	• saber hacer
CE4	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.	• saber hacer
CE10	Capacidad teórico-práctica en la creación, elaboración y desarrollo de un original publicitario en el marco de una estrategia corporativa global.	• saber
CE13	Capacidad para concebir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria.	• saber hacer
CE19	Capacidad para coordinar equipos y liderar la creación de campañas publicitarias desde el punto de vista creativo.	• Saber estar /ser
CT1	Capacidad de adaptación a los cambios y nuevos entornos del mercado publicitario.	• saber hacer
CT2	Capacidad de trabajar de forma autónoma como creativo publicitario (en sus más diversas acepciones) una vez finalizado y superado el Curso de Postgrado.	• saber hacer
CT5	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.	• saber hacer

## Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
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.	CB1 CE1 CT1 CT5
Adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción audiovisual teniendo en cuenta la identidad de marca y la línea estratégica corporativa.	CB5 CE1 CE4 CE10

Planificar las piezas elaboradas dentro de un calendario para lograr impactar al público objetivo de modo autónomo.	CB1 CB5 CE1 CT2 CT5
Producir mensajes efectivos de carácter audiovisual y realizar estas piezas con solvencia en referencia a un público objetivo.	CE13 CE19

## 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
Debates	2	4	6
Estudio de casos/análisis de situaciones	5	50	55
Presentaciones/exposiciones	2	2	4
Sesión magistral	5	5	10

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

## Metodologías

	Descripción
Debates	Debate sobre los contenidos de la asignatura tomando en cuenta una muestra de piezas premiadas en diferentes etapas históricas.
Estudio de casos/análisis de situaciones	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.
Presentaciones/exposiciones	Exposición individual del trabajo sobre los estudios de casos que han elaborado en este módulo.
Sesión magistral	Explicación de los conceptos básicos de la materia con ejemplos prácticos, aportando material audiovisual durante las sesiones.

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Presentaciones/exposiciones	Exposición de pieza elaborada como si fuese el cliente final.

## Evaluación

	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Sesión magistral	Sesión magistral Se evaluará la aplicación práctica de los contenidos abordados en un trabajo que se entrega tras la impartición del módulo.	70	
Debates	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	
Presentaciones/exposiciones	Presentaciones/exposiciones Exposición del trabajo final del módulo.	15	

## Otros comentarios sobre la Evaluación

## 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

---