



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	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Frade Fraga, Sergio			
Profesorado	Frade Fraga, Sergio Valderrama Santomé, Mónica			
Correo-e	sergio.frade@uvigo.es			
Web	http://www.direccionarte.es			
Descrición xeral	Producción, realización y postproducción audiovisual			

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
Aprendizaxe baseado en proxectos	5	50	55
Obradoiro	2	4	6
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 AVID elabórase unha montaxe dunhas pezas publicitaria.
Aprendizaxe baseado en 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.
Obradoiro	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.
Lecci3n 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.
Aprendizaxe baseado en proxectos	Elaboraci3n dunha peza publicitaria desde a idea á 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 edici3n audiovisual AVID elab3rase unha montaxe dunhas pezas publicitaria.	15	A2 C1 C8 C14 C17 D1
Aprendizaxe baseado en 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 D5 C10 C12 C13

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 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