DATOS IDENTIFICATIVOS				
Producción publicitaria en medios audiovisuales				
Asignatura	Producción publicitaria en medios audiovisuales			
Código	P04G190V01504			
Titulacion	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Frade Fraga, Sergio			
Profesorado	Fernández Santiago, Luis Emilio Frade Fraga, Sergio López Fernández, José Manuel Molares Cardoso, Julinda			
Correo-e	sergio.frade@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.			

Competencias	
Código	
B1	Competencias interpretativa y operativa de la comunicación como realidad y como campo de estudio desde el punto de vista humanístico y técnico: conocimiento teórico de la comunicación.
C5	Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y lenguajes de la publicidad y de las relaciones públicas en el contexto local/regional, nacional e internacional.
C6	Competencias imaginativas y conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación.
C11	Competencia o alfabetización digital: capacidad y habilidad para utilizar las tecnología y técnicas de comunicación en nuevos soportes, medios interactivos y multimedia.
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 de aprendizaje			
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Reconocer las distintas fases por las que debe pasar una producción audiovisual. Desde la preproducción a la postproducción de una pieza publicitaria.	B1	C5	
Adquirir nociones sobre la elaboración de guiones audiovisuales, planificación y presupuestación de ideas para poder ser producidas de forma creativa y eficiente.	B1	C6	
Manejar herramientas de planificación, calendarización, montaje de piezas y nuevos softwares que sea útiles para la creación de productos audiovisuales para todo tipo de formatos y ventanas virtuales.		C11	
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 MATERA 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. Análiisis 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. minutados 7.2. documentos de gestion 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 posproducción
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. internet10. 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	20.5	0	20.5
Prácticas de laboratorio	12.5	62.5	75
Lección magistral	15	0	15
Práctica de laboratorio	0	25	25
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 del docente. - Guión. - Desglose y documentos de producción. - Story line y story board de la agencia para una de las piezas publicitarias audiovisuales que elaborarán en grupo en las prácticas de laboratorio.
Prácticas de laboratorio	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.

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 de laboratorio	Sesiones en plató, seminario y edición de vídeo digital.
Pruebas	**Descripción**

Práctica de laboratorio	Supervisión de dos piezas publicitarias audiovisuales entregadas en fecha fijada al inicio del curso.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Trabajo tutelado	En el propio aula y de manera individual o grupal se elaborarán: story line, guión técnico, desglose y presupuesto.	10	C6 C13 C15	D3 D4 D5 D6

Práctica de laboratorio	Elaboración de dos piezas publicitarias realizadas en grupos de 3/5 perosnas. Prueba-simulación de preproducción, rodaje y postproducción en vídeo publicitario con software de edición y pospo definido por los docentes. Ambas piezas deberán de relaizarse ajustándose a la calendarización planteada al inicio de la materia y deberán de responder al siguiente esquena ENTREGA 1 -SPOT 20´´ /30´´ - TEMÁTICA: Promoción estudios/grados de la facultad ENTREGA 2 - PUBLIREPORTAJE 1´ /1´30´´ - TEMÁTICA: Promoción del campus Universidad Pontevedra o de la Uvigo. ---------- Fases del PROYECTO 1/SPOT 20´´ /30´´ y elaboración de material: DESARROLLO: Constitución de los equipos de trabajo: - Realizador/a - Cámara/a e iluminación - Sonidista/a - Productor/a Escritura de guión: - Creación de guión literario - Sinopsis - Elaboración de guión técnico (planificación del guión literario) - Story Board Casting/ localizaciones o Fichas de localizaciones o Casting (si lo hubiera) o informe de selección de personajes PRODUCCIÓN Preproducción: - Elaboración de presupuesto (Modelo Oficial Spot). Justificación partidas y cantidades (Referencias de costes en Faitic) - Cronograma de trabajo oRelación de equipo Técnico- Artístico oDefinición y reserva de material técnico para rodaje o Desglose de guión: Listado de materiales por departamentos Desglose de guión por secuencias oPlan de rodaje oÓrdenes del día o Configuración parámetros cámara y equipos grabación de sonido o Definición de flujo de trabajo: (Repicados/ protocolo de copiado) Set de grabación o Obligatoria recogida de sonido en dispositivo externo/ grabadora. Rodaje: o Imprescindible utilización de claqueta: Explicación previa en clase teórica de uso y utilidades Suficiente claqueta manual a cámara Obligatorio cantar número de clips de audio para facilitar edición o Parte de cámara/ partes de sonido o Copias y repicados. Ordenador en set EDICIÓN Y POSPO: o Montaje obligatorio en sesiones y sala de pospo o Posibilidad de utilizar equipos propios pero necesaria presencia en sesiones de aula para evaluar adecuación a cronograma o Limitar corrección de color a las opciones del programa de edición o Generación de másters: Video: Resolución mínima 1080p (1080 x 1920) códec h264 encapsulado en .mov Audio: 24 bits/ 48 Khz Fases del PROYECTO 2/ PUBLIREPORTAJE 1´ /1´30´´ y elaboración de material: DESARROLLO Constitución de los equipos de trabajo: oRealizador/a oCámara/a e iluminación oSonidista/a oProductor/a Escritura de guión: oCreación de guión literario oSinopsis oElaboración de guión técnico (planificación del guión literario) o Story Board Casting/ localizaciones o Fichas de localizaciones o Casting (si lo hubiera) o informe de selección de personajes PRODUCCIÓN Preproducción: o Elaboración de presupuesto (Modelo Oficial Spot): Justificación partidas y cantidades (Referencias de costes en Faitic) o Cronograma de trabajo o Relación de equipo Técnico- Artístico o Definición y reserva de material técnico para rodaje o Desglose de guión: Listado de materiales por departamentos Desglose de guión por secuencias o Plan de rodaje o Órdenes del día o Configuración parámetros cámara y equipos grabación de sonido o Definición de flujo de trabajo: Repicados/ protocolo de copiado Set de grabación EDICIÓN Y POSPO: o Montaje obligatorio en sesiones y sala de pospo o Posibilidad de utilizar equipos propios pero necesaria presencia en sesiones de aula para evaluar adecuación a cronograma o Limitar corrección de color a las opciones del programa de edición o Generación de másters: Video: Resolución mínima 1080p (1080 x 1920) códec h264 encapsulado en .mov Audio: 24 bits/ 48 Khz	50	C6 C11 C13	D2 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.	40	B1	C5 C6

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Valderrama Santomé, Mónica, **A publicidade televisiva en Galicia: Análisis de emisores, soportes e tendencias creativas (1960-2000)**, CGAI, 2008

Comparato, Doc, **De la creación al guión.**, IORTV, 1993

Sainz, Miguel, **Iniciación a la producción en televisión.**, IORTV, 1994

Sainz, Miguel, **Manual básico de producción en televisión**, IORTV, 1994

Pardo, Alejandro, **Producción ejecutiva de proyectos cinematográficos**, 9788431330842, S.A. EUNSA. EDICIONES UNIVERSIDAD DE NAVARRA, 2015

Bibliografía Complementaria

Pardo, Alejandro, **FUNDAMENTOS DE PRODUCCIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES**, 9788431329693, S.A. EUNSA. EDICIONES UNIVERSIDAD DE NAVARRA, 2014

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

Plan de Contingencias

Descripción

=== MEDIDAS EXCEPCIONALES PLANIFICADAS ===
Ante la incierta e imprevisible evolución de la alerta sanitaria provocada por el COVID-19, la Universidad de Vigo establece una planificación extraordinaria que se activará en el momento en que las administraciones y la propia institución lo determinen atendiendo a criterios de seguridad, salud y responsabilidad, y garantizando la docencia en un escenario no presencial o parcialmente presencial. Estas medidas ya planificadas garantizan, en el momento que sea preceptivo, el desarrollo de la docencia de un modo más ágil y eficaz al ser conocido de antemano (o con una amplia antelación) por el alumnado y el profesorado a través de la herramienta normalizada e institucionalizada de las guías docentes.

ADAPTACIÓN DE LAS METODOLOGÍAS Y LA EVALUACIÓN

- Las sesiones magistrales y las clases prácticas pasarán a impartirse a través del campus virtual.
- El horario de tutorías se mantiene a través del despacho virtual
- Los contenidos y la bibliografía no se modifican
- Adaptación de la evaluación:

En caso de una situación de confinamiento e incapacidad de desarrollar trabajo presencial en los términos definidos, se podrá modificar el trabajo para que la filmación, edición y postproducción de las piezas prácticas puedan realizarse con dispositivos móviles y equipos personales, adaptando toda la preproducción a ello (y modificando la dimensión por el excesivo consumo de tiempo de estos sistemas), siguiendo el ejemplo de multitud de productos colaborativos gestionados durante el confinamiento.
Para evitar problemas con transferencias de archivos, software, hardware o ancho de banda en función de la ubicación geográfica del alumnado, plantearemos la posibilidad de reducir resoluciones y tamaños de fichero para que funcionen con cualquier ancho de banda, e incluso la posibilidad de editar con el teléfono móvil las piezas solicitadas.
Asimismo, la naturaleza de las prácticas obligatoria de entrega de la materia podrán cambiar su naturaleza de grupales a individuales y su temática. Los alumnos serán informados con el tiempo suficiente para poder adaptarse a estas circunstancias

El examen para la valoración de la parte teórica de la materia, que implica un 40% de la nota final, podrá ser sustituido por

el desarrollo de un caso práctico que exija la aplicación de los conocimientos adquiridos en la parte teórica de la materia.