



DATOS IDENTIFICATIVOS

Producción publicitaria en medios audiovisuais

Materia	Producción publicitaria en medios audiovisuais			
Código	P04G190V01504			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	3	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
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			
Descrición xeral	As pezas audiovisuais son esenciais para alcanzar o target nunha campaña publicitaria e de RR.PP. Todos os formatos empregados desde o clásico anuncio ás mini promocións ou os vídeos corporativos serán descritos e desenvolvidos tanto na teoría como nas prácticas individuais e colectivas dentro desta materia. Situada tras coñecer por outras disciplinas as tecnoloxías existentes no campo da comunicación e complementando outras materias dentro deste terceiro curso. A materia achegará unha bagaxe máis específica nas ferramentas de traballo publicitario no mundo profesional actual. En produción publicitaria en medios audiovisuais explicaranse as distintas fases polas que se transita desde a idea inicial ata transformarse nunha mensaxe persuasivo acabado e listo para a súa emisión. Tamén se inicia ao alumno no coñecemento do desempeño de cada un dos membros e equipos que conciben e realizan o produto audiovisual.			

Competencias

Código	
B1	Competencias interpretativa e operativa da comunicación como realidade e como campo de estudo desde o punto de vista humanístico e técnico: coñecemento teórico da comunicación.
C5	Coñecemento teórico-práctico dos elementos, formas e linguaxes da publicidade e das relacións públicas no contexto local/ rexional, nacional e internacional.
C6	Competencias imaxinativas e coñecemento dos métodos do pensamento creador e a súa aplicación no proceso de comunicación.
C11	Competencia ou alfabetización dixital: capacidade e habilidade para utilizar as tecnoloxías e técnicas de comunicación en novos soportes, medios interactivos e multimedia.
C13	Destrezas expresivas: capacidade e habilidade para dar forma creativa á mensaxe. Realización de pezas publicitarias básicas e supervisión da súa produción definitiva.
C15	Capacidade para a xestión económica e orzamentaria no ámbito da actividade publicitaria e das relacións públicas.
D2	Competencias creativas: capacidade para a creatividade, a innovación e a adaptación ao cambio.
D3	Competencias colaborativas: capacidade de adaptación aos obxectivos e valores organizativos e de traballo en equipo.
D4	Competencias directivas: capacidade para administrar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas.
D5	Competencias directivas: capacidade de asumir o liderado en proxectos, xeríndoos eficientemente e asumindo compromisos de responsabilidade social.
D6	Competencias directivas: preparación para asumir o risco na toma de decisións.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Recoñecer as distintas fases polas que debe pasar unha produción audiovisual. Desde a preproducción á postproducción dunha peza publicitaria.	B1	C5
Adquirir nocións sobre a elaboración de guións audiovisuais, planificación e presupuestación de ideas para poder ser producidas de forma creativa e eficiente.	B1	C6
Manexar ferramentas de planificación, calendarización, montaxe de pezas e novos softwares que sexa útiles para a creación de produtos audiovisuais para todo tipo de formatos e xanelas virtuais.		C11
Elaborar pezas publicitarias audiovisuais. Énfase nos formatos de recente aparición.		C13
Recoñecer de modo unánime a terminoloxía dos guións para poder intercambiar arquivos entre individuos e equipos		C13
Exercer o control económico e aplicar a lexislación existente que afecta o ámbito audiovisual e distribución dos produtos.		C15
Demostrar versatilidade para adaptarse a diferentes situacións non só de tipo tecnolóxico senón tamén de carácter humano.		D2
Colaborar cos integrantes dun equipo e entre equipos nun grupo para propor, perfilar e decidir entre diferentes propostas.		D3
Repartir tarefas específicas dentro dos equipos, seguindo a división existente no sector audiovisual para poder levar a cabo unha produción.		D3
Coordinar recursos e equipos para aproveitamento do tempo baixo unha dirección de liderado nun sector altamente xerarquizado para a toma de decisións.		D4
		D5
Asumir a toma de decisións nas diferentes fases da produción audiovisual.		D6

Contidos

Tema	
TEMA 1. A MATERIA PRIMA DO PRODUTO AUDIOVISUAL	1.1. idea, story line 1.2. sinopse 1.3. tratamento 1.4. guión literario 1.5. guión técnico
TEMA 2. O UNIVERSO DA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	2.1. Análisis da produción no sector audiovisual 2.2. a empresa audiovisual 2.3. o produto audiovisual 2.4. a figura do produtor 2.5. a produción publicitaria audiovisual
TEMA 3. O CAPITAL HUMANO NA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	3.1. o equipo de produción 3.2. o equipo de realización 3.3. redacción 3.4. documentación 3.5. iluminación 3.6. cámaras de cinema e vídeo 3.7. son 3.8. escenografía 3.9. caracterización 3.10. efectos especiais 3.11. outros equipos
TEMA 4. A *PREPRODUCCIÓN: Chave do éxito e viabilidade dun proxecto audiovisual	4.1. a desagregación de guión 4.2. localizacións e casting 4.3. plan de traballo
TEMA 5. MEDIOS E SOPORTES NA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL: a rodaxe e a edición	5.1. formatos: cinematográfico, videográfico e multimedia 5.2. Realización práctica 5.2.1. monocámara 5.2.2. multicámara 5.2.3. directo e diferido 5.3. Edición 5.3.1. off line 5.3.2. en liña
TEMA 6. A CONSTRUCCIÓN DO DISCURSO AUDIOVISUAL	6.1. a linguaxe audiovisual 6.2. o discurso publicitario audiovisual 6.3. os xéneros 6.3.1. cinematográficos 6.3.2. televisivos 6.3.3. publicitarios

TEMA 7. DOCUMENTOS DE TRABALLO NA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	7.1. documentos de dirección 7.1.1. guións e xéneros 7.1.2. story board 7.1.3. animatic 7.1.4. escaletas 7.1.5. minutos 7.2. documentos de xestión 7.2.1. contratos 7.2.2. permisos 7.2.3. xustificantes de gasto 7.3 documentos organizativos
TEMA 8. CONTROL ECONÓMICO NA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	8.1. o orzamento 8.2. principais recursos financeiros e axudas á produción 8.2.1. esponsorización 8.2.2. dereitos de antena 8.2.3. subvencións 8.3. principais fórmulas de produción
TEMA 9. FINALIZACIÓN DA PRODUCCIÓN: Postproducción e masterización.	9.1. Ferramentas de posproducción
TEMA 10. DISTRIBUCIÓN DO PRODUTO AUDIOVISUAL	10.1. mercados e distribución 10.2. itinerarios e fases de comercialización 10.2.1. cinema 10.2.2. televisión 10.2.3. internet 10.2.4. outros soportes 10.3. festivais, mostras e concursos
TEMA 11. MARCO EMPRESARIAL E XURÍDICO DA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	11.1. sociedades empresariais 11.2. organismos e entidades 11.3. lexislación básica 11.4. propiedade intelectual 11.5. os modelos contractuais
TEMA 12. INTRODUCCIÓN Ao SOFTWARE DE XESTIÓN NA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	12.1. Aplicacións para a produción audiovisual

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	20.5	0	20.5
Prácticas de laboratorio	12.5	62.5	75
Lección maxistral	15	0	15
Práctica de laboratorio	0	25	25
Resolución de problemas e/ou exercicios	2	12.5	14.5

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Traballo tutelado	Prácticas que se desenvolverán na aula coa asistencia do docente. - Guión. - Desglose e documentos de produción. - Story line e story board da axencia para unha das pezas publicitarias audiovisuais que elaborarán en grupo nas prácticas de laboratorio.
Prácticas de laboratorio	Prácticas en laboratorios audiovisuais. Estudio, sala de edición e postproducción. - Rodaxe. - Edición. - Postproducción.
Lección maxistral	Explicación teórica dos epígrafes do programa da materia.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballo tutelado	Elaboración de partes das pezas que teñen que facer para a práctica. Por exemplo o guión, o story line e story board.
Prácticas de laboratorio	Sesións en estudio, seminario e edición de vídeo dixital.
Probas	Descrición

Práctica de laboratorio Supervisión de dúas pezas publicitarias audiovisuais entregadas na data fixada ao comezo do curso.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
			C6 C13 C15	D3 D4 D5 D6
Traballo tutelado	Na propia aula e de maneira individual ou grupal elaboraranse: story line, guión técnico, desagregación e orzamento.	10		

Práctica de laboratorio	Elaboración de dúas pezas publicitarias realizadas en grupos de 3/5 perosnas. Proba-simulación de preproducción, rodaje e postproducción en vídeo publicitario con software de edición e pospo definido polos docentes. Ambas pezas deberán de relaizarse axustándose á calendarización suscitada ao comezo da materia e deberán de responder ao seguinte esquena ENTREGA 1 -SPOT 20'' /30'' - TEMÁTICA: Promoción estudos/grados da facultade ENTREGA 2 - PUBLIREPORTAJE 1' /1'30'' - TEMÁTICA: Promoción do campus Universidade Pontevedra ou da Uvigo. ----- Fases do PROXECTO 1/SPOT 20'' /30'' e elaboración de material: DESENVOLVEMENTO: - Constitución dos equipos de traballo: - Realizador/a - - Cámara/a e iluminación - Sonidista/a - - Productor/a - Escritura de guión: - Creación de guión literario - Sinopsis - Elaboración de guión técnico (planificación do guión literario) - Story Board -Casting/ localizaciones - Fichas de localizaciones - Casting (si houbéseo) ou informe de selección de personaxes PRODUCCIÓN Preproducción: - Elaboración de orzamento (Modelo Oficial Spot). Xustificación partidas e cantidades (Referencias de custos en Faltic?) - Cronograma de traballo - Relación de equipo Técnico- Artístico - Definición e reserva de material técnico para rodaje Desglose de guión: - Listado de materiais por departamentos - Desglose de guión por secuencias - Plan de rodaje - Órdenes do día - Configuración parámetros cámara e equipos grabación de son - Definición de fluxo de traballo: (Repicados/ protocolo de copiado) - Set de grabación - Obligatoria recolleita de son en dispositivo externo/ grabadora. - Rodaje: - Imprescindible utilización de claqueta: - Explicación previa en clase teórica de uso e utilidades - Suficiente claqueta manual a cámara - Obligatorio cantar número de clips de audio para facilitar edición - Parte de cámara/ partes de son - Copias e repicados. Ordenador en set EDICIÓN E POSPO: - Montaxe obligatorio en sesións e sala de pospo - Posibilidade de utilizar equipos propios pero necesaria presenza en sesións de aula para evaluar adecuación a cronograma - Limitar corrección de cor ás opcións do programa de edición - Xeración de másters: Video: Resolución mínima 1080p (1080 x 1920) códec h264 encapsulado en .mov Audio: 24 bits/ 48 Khz Fases do PROXECTO 2/ PUBLIREPORTAJE 1' /1'30'' e elaboración de material: DESENVOLVEMENTO ?Constitución dos equipos de traballo: oRealizador/a oCámara/a e iluminación oSonidista/a oProductor/a ?Escritura de guión: oCreación de guión literario oSinopsis oElaboración de guión técnico (planificación do guión literario) ou Story Board ? Casting/ localizaciones ou Fichas de localizaciones ou Casting (si houbéseo) ou informe de selección de personaxes PRODUCCIÓN ?Preproducción: ou Elaboración de orzamento (Modelo Oficial Spot): ?Xustificación partidas e cantidades (Referencias de custos en Faltic?) ou Cronograma de traballo ou Relación de equipo Técnico- Artístico ou Definición e reserva de material técnico para rodaje ou Desglose de guión: ? Listado de materiais por departamentos ? Desglose de guión por secuencias ou Plan de rodaje ou Ordes do día ou Configuración parámetros cámara e equipos grabación de son ou Definición de fluxo de traballo: ? Repicados/ protocolo de copiado ? Set de grabación EDICIÓN E POSPO: - ou Montaxe obligatorio en sesións e sala de pospo - ou Posibilidade de utilizar equipos propios pero necesaria presenza en sesións de aula para evaluar adecuación a cronograma - ou Limitar corrección de cor ás opcións do programa de edición - ou Xeración 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
-------------------------	---	----	------------------	----------------------------

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes 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

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Producción publicitaria na web e multimedia/P04G190V01801

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Avaliación da eficacia publicitaria/P04G190V01601

Planificación e xestión de medios publicitarios/P04G190V01602

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Comunicación: Teoría e técnica da imaxe/P04G190V01106

Teoría e práctica da comunicación publicitaria/P04G190V01105

Teoría e práctica da comunicación televisiva/P04G190V01405

Teoría e práctica da fotografía publicitaria/P04G190V01305

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===

Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS E A AVALIACIÓN

- As sesións maxistrais e as clases prácticas pasarán a impartirse a través do campus virtual.
- O horario de tutorías mantense a través do despacho virtual
- Os contidos e a bibliografía non se modifican
- Adaptación da avaliación:

En caso dunha situación de confinamiento e incapacidade de desenvolver traballo presencial nos términos definidos, poderase modificar o traballo para que a filmación, edición e postproducción das pezas prácticas poidan realizarse con dispositivos móbiles e equipos persoais, adaptando toda a preproducción a iso (e modificando a dimensión polo excesivo consumo de tempo destes sistemas), seguindo o exemplo de multitude de produtos colaborativos gestionados durante o confinamiento.

Para evitar problemas con transferencias de arquivos, software, hardware ou ancho de banda en función da ubicación xeográfica do alumnado, suscitaremos a posibilidade de reducir resolucións e tamaños de ficheiro para que funcionen con calqueira ancho de banda, incluso a posibilidade de editar co teléfono móbil as pezas solicitadas.

Así mesmo, a natureza das prácticas obligatoria de entrega da materia poderán cambiar a súa natureza de grupales a individuais e a súa temática. Os alumnos serán informados co tempo suficiente para poder adaptarse a estas circunstancias.

O exame para a valoración da parte teórica da materia, que implica un 40% da nota final, poderá ser substituído polo desenvolvemento dun caso práctico que esixa a aplicación dos coñecementos adquiridos na parte teórica da materia.
