

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Publicidad
-------------	------------

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
-----------------------	-------------------------------

Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
-------------------	-----------------------------

Asignatura:	Producción Audiovisual y Digital
-------------	----------------------------------

Tipo:	Optativa
-------	----------

Créditos ECTS:	3
----------------	---

Curso:	4
--------	---

Código:	1958
---------	------

Periodo docente:	Octavo semestre
------------------	-----------------

Materia:	Diseño y Producción de Mensajes
----------	---------------------------------

Módulo:	Diseño y Producción de Mensajes Publicitarios (Herramientas)
---------	--

Tipo de enseñanza:	Presencial
--------------------	------------

Idioma:	Castellano
---------	------------

Total de horas de dedicación del alumno:	75
--	----

Equipo Docente	Correo Electrónico
Raquel Caerols Mateo	r.caerols.prof@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En esta asignatura el alumno de grado tendrá contacto con el proceso de un producto audiovisual relacionado con la publicidad. Desde la concepción de la idea, elaboración del guión, planificación, storyboard y rodaje hasta el montaje definitivo y postproducción digital. De este modo será consciente de los pasos que conforman la creación de un producto audiovisual y de los perfiles profesionales necesarios en dicho proceso.

OBJETIVO

Que el alumno conozca la manera correcta de concebir un producto audiovisual conociendo el proceso y flujos de trabajo necesarios para llevarlo a cabo.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Grabación con cámara

CONTENIDOS

TEMARIO

1. Preproducción
 2. Rodaje
 3. Digitalización y montaje
 4. Postproducción
 5. Exportación
-
1. Preproducción
 - 1.1 La idea
 - 1.2 Guión literario
 - 1.3 Guión técnico
 - 1.4 Aplicaciones en publicidad (product placement virtual)
 - 1.5 Tipos de plano y movimientos de cámara
 - 1.6 Storyboard
 2. Rodaje
 - 2.1 Preparación y uso de cámaras
 - 2.2 Rodaje interior / exterior
 3. Digitalización y montaje
 - 3.1. Creación y gestión del proyecto en Premiere
 - 3.2 Clasificación de material / subclips y carpetas
 - 3.3 Montaje
 - 3.3.1 Ventana de previo
 - 3.3.2 Secuencia
 - 3.3.3 Insert y overwrite
 - 3.3.4 Efectos y corrección de color
 4. Postproducción
 - 4.1 Sinergias Premiere con After Effects (dynamic link)
 - 4.4 Rastreo de cámara e integración
 5. Exportación y salida

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Procesos de preproducción de un rodaje.
Proceso de rodaje
Digitalización y montaje
Proceso de Postproducción
Exportación

Se combinarán sesiones teóricas con el trabajo práctico en laboratorio donde desarrollar competencias para la ejecución de encargos de producción audiovisual.
Los alumnos mediante actividades presenciales y no presenciales adquirirán los conocimientos teórico-prácticos básicos para poder materializar de forma efectiva las prácticas propuestas en el aula. Demostrando el desarrollo de habilidades básicas para la interpretación de un briefing, la elaboración de bocetos o prototipos y la ejecución de una estrategia que integre medios convencionales y no convencionales.
El alumno deberá demostrar la adquisición de conocimientos teóricos, así como habilidades técnicas, que le

capaciten en la labor de originar con éxito productos audiovisual destinados a publicarse en distintos soportes. Se establecerán horarios de tutoría para el seguimiento de la evolución de los alumnos.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
30 horas	45 horas

COMPETENCIAS

Competencias básicas / generales / transversales

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Madurar humana e intelectualmente. Adquirir la capacidad para tomar decisiones y solucionar problemas en el ámbito de su actividad profesional o investigadora.

Adquirir la capacidad para plantear y responder creativamente a las preguntas fundamentales en torno al qué, el porqué y las consecuencias de los acontecimientos humanos, sociales, políticos y económicos.

Adquirir la capacidad de expresarse con corrección de forma oral, escrita y en soporte audiovisual o multimedia.

Ser capaz de generar opinión pública y crear puentes con los distintos sectores sociales que permitan el desarrollo y la difusión de un mensaje y una cultura al servicio del hombre, transmitiendo valores basados en la búsqueda de la verdad y del bien común, utilizando como soporte la publicidad y las Relaciones Públicas.

Desarrollar la capacidad de ejercer como creador, productor y difusor de un mensaje persuasivo a través de cualquier tipo de soporte mediático tradicional o electrónico.

Adquirir el conocimiento para ser capaz de trabajar como gestor de soportes publicitarios convencionales, no convencionales y electrónicos.

Competencias específicas

Hacer presentaciones de proyectos e investigaciones en público o a través de cualquier medio de comunicación.

Utilizar los recursos informáticos, las tecnologías y técnicas de diseño por ordenador, y fórmulas creativas afines a los distintos medios o sistemas mediáticos combinados o interactivos (multimedia).

Diseñar los aspectos formales y estéticos de los anuncios, adaptándolos a medios escritos, gráficos,

audiovisuales, exteriores y digitales, así como el uso de técnicas informáticas para la transmisión de mensajes interactivos.

Conocer e interpretar la información para aplicarla a la comunicación publicitaria.

Experimentar e innovar mediante el conocimiento y uso de técnicas y métodos aplicados a los procesos de mejora de calidad y de auto evaluación, así como el aprendizaje autónomo, la adaptación a los cambios y la superación rutinaria mediante la creatividad.

Dominar y desarrollar la comunicación publicitaria en entornos multimedia y de la Red.

Implementar las habilidades sociales que se requieren en el ejercicio de la comunicación publicitaria y de la Relaciones Públicas: trabajo en equipo, gestión del tiempo, gestión del talento y la creatividad etc.

Utilizar y conocer las tecnologías y los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir mensajes, así como para expresar y difundir creaciones publicitarias a través de los medios de comunicación. Especialmente, el diseño gráfico, la fotografía y la tecnología multimedia.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Utilizar los recursos informáticos, tecnologías y técnicas de diseño por ordenador y fórmulas creativas afines.
2. Experimentar las posibilidades audiovisuales en el ámbito de la comunicación de marca/producto.
3. Conocer a fondo el proceso de producción audiovisual desde la idea o sinopsis hasta la edición y postproducción del producto final.
4. Manejar aspectos fundamentales de grabación y edición de vídeo.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación será continua y la calificación final será el resultado de ponderar numéricamente una serie de calificaciones de carácter individual con otras obtenidas a través del trabajo en grupo.

-Actividades mensuales propuestas para afianzar los contenidos desarrollados a lo largo del cuatrimestre y profundizar en ellos.

-Los trabajos grupales propuestos en el que se valorará el cumplimiento de las pautas establecidas para valorarlos, el rigor y coherencia de los contenidos, la creatividad y el criterio estético con el que se abordan.

-La asistencia, participación y actitud manifestada

Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y sistema de calificaciones: -Participación creativa y asistencia activa a clase (10%)

-Entrega de material de preproducción (30%)

-Montaje previo (20%)

-Entrega final (40%) Pieza final + entrega documento explicando tanto el proceso creativo como el desarrollo y la definición de roles dentro del grupo

* Los grupos han de estar compuestos de un máximo de 3 personas

NOTA IMPORTANTE SOBRE LA ASISTENCIA

En caso de no poder asistir regularmente a las clases presenciales, se ha de contactar con el profesor a principio de curso y exponer las causas (debidamente justificadas) para poder valorar la situación. En estos casos, se desarrollará un plan de trabajo específico a verificar mediante tutorías.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

GONDEK, M. & COCKE, A. Photoshop para video digital.2005.Barcelona.Ed.Omega.

PANIAGUA, A. Guía práctica Premiere CS5 2011.Madrid. ANAYA MULTIMEDIA.

HERAS, MARTA. Plano a plano.2002.Madrid.Ed.PLOT Ediciones.

Complementaria

Álvarez, N. (2008). La campaña publicitaria perfecta. Ediciones Macchi. Bethencourt, T. (). Televisión Digital. Colección Beta. Bonta, P. & Farber, M. 199 preguntas sobre marketing y publicidad. Ed. Grupo Norma
Millerson, G. (2009). Técnicas de realización y producción en televisión. LorT