

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Comunicación Audiovisual		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Realización, Dirección y Producción de Eventos Audiovisuales		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	4	Código:	3041
Periodo docente:	Séptimo semestre		
Materia:	Técnicas de Producción y Comunicación Aplicada		
Módulo:	Organización y Producción de la Comunicación Audiovisual y Multimedia		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Javier Montemayor Ruiz	j.montemayor.prof@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La organización de un evento requiere una amplia planificación y una serie de preparativos, ya que gran parte del trabajo suele realizarse a escasos meses de la celebración del acto o del acontecimiento. En la mayoría de las ocasiones, la organización parece que funciona como un reloj, ya que los eventos se desarrollan sin problemas y de acuerdo con el programa. La planificación anticipada, su diseño, y el cumplimiento correcto en todas sus fases son los factores esenciales para garantizar el éxito del mismo.

Cada evento se desarrolla en torno a una temática y un objetivo en el que se basarán la organización, el público objetivo o los participantes, los invitados y el enfoque de marketing del evento. En términos generales un evento atraerá a participantes que llevan a cabo actividades específicas dentro del sector concreto, así como a

patrocinadores que logran visibilidad gracias a la distribución de mensajes audiovisuales.

La evolución de las nuevas tecnologías y el uso de las redes sociales en la comunicación corporativa están influyendo en la forma de cómo se planifican, ejecutan y evalúan los eventos. Iluminación led, video mapping, códigos QR, apps, tarjetas de visita electrónicas, nuevas tecnologías al servicio de la evaluación del ROI (return on investment)... son solo algunas de las novedades que en los últimos años han ayudado a los profesionales del sector a organizar actos más impactantes de forma más ágil y eficaz.

Sin lugar a dudas, los eventos de cualquier naturaleza, ya sean de carácter institucional o privado, ocupan un tejido industrial en alza, alcanzando, cada vez más, cotas de inversión muy importantes y contribuyendo de manera espectacular a desarrollar la creatividad en un mundo colonizado por la innovación.

En la actualidad, el entorno de negocios está cambiando a gran velocidad. El impacto de los avances tecnológicos, la globalización de los mercados, el cambio en el balance de poder en favor de los consumidores, el entorno competitivo y la cada vez menor lealtad a las marcas, entre otras tendencias, están modificando las estrategias de publicidad y marketing, así como la forma en que se distribuyen y comercializan productos y servicios. Los consumidores son cada vez más exigentes y disponen de más información, por lo que tienen muy claro lo que quieren y donde obtenerlo.

El exceso de oferta y la dificultad para diferenciarse dibujan un panorama muy competitivo y acrecientan la necesidad de centrarse en el cliente.

En este entorno, las organizaciones necesitan profesionales capaces de liderar con éxito la correcta combinación de tres elementos: una sólida formación y conocimientos de comunicación, marketing y procesos de producción audiovisual –habilidades necesarias para saber dar respuesta al entorno y al mercado actual–, capacidad para conectar con los clientes y estructurar una red de difusión de los mensajes eficaz.

OBJETIVO

Esta asignatura pretende que los estudiantes adquieran plena conciencia de la importancia de una buena preparación y ejecución del evento, así como conocer las herramientas que facilitarán el diseño de la producción y las diferentes técnicas en la creación de entornos multimedia al servicio de la creatividad.

Hoy en día no se comprende ningún trabajo profesional sin la participación de técnicas digitales. La incorporación de estas tecnologías en la producción diaria permite transportar a los consumidores a mundos impensables hasta hoy. La composición de imágenes para publicidad, la creación de escenarios virtuales, la narración interactiva y crossmedia, como también las técnicas de un marketing digital basado en el branding y en el product placement, facilitan nuevos métodos de expresión en un ámbito cada vez más creativo e innovador. Los eventos de cualquier naturaleza son el escenario perfecto para plasmar las más actuales tendencias tecnológicas al servicio de la información y el espectáculo audiovisual.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Conocimientos relacionados con la producción y el lenguaje audiovisual aplicados a la creatividad temática interdisciplinar que conducen a obtener resultados relacionados con la gestión, la planificación y la ejecución creativa de los eventos en general.

CONTENIDOS

LINEAS GENERALES:

1. Producción de eventos
2. Escenografía y diseño de eventos

3. Las localizaciones
4. Elementos técnicos y materiales
5. Producción y artes gráficas aplicadas
6. La contratación de celebridades y personajes Vip
7. Los espectáculos escénicos en eventos.
8. La creatividad en los eventos.

LÍNEAS ESPECÍFICAS:

1. La organización de eventos en la era digital
 - 1.1. El papel de los medios de comunicación en los eventos mediáticos
 - 1.2. El poder de la imagen gráfica y audiovisual
 - 1.3. Las necesidades de los medios
 - 1.4. Los principales momentos informativos de un acto
 - 1.5. La iluminación
 - 1.6. El sonido
 - 1.7. La escenografía. Los colores
2. La realización audiovisual de los eventos
 - 2.1. Entorno tecnológico y social
 - 2.2. Lenguaje, narrativa y gramática audiovisual
 - 2.3. Equipos de trabajo. Interacción con el equipo de organización
 - 2.4. Adquisición de derechos
 - 2.5. Proyección y difusión de los eventos
 - 2.6. Estructura comité de organización del evento versus producción audiovisual del evento
 - 2.7. Las fases de la producción audiovisual de los eventos
 - 2.8. planteamientos teóricos de las ceremonias electrónicas de los acontecimientos mediáticos
3. La retransmisión televisiva de los grandes eventos
 - 3.1 Producción en exteriores frente a la producción en estudio
 - 3.2. Equipos de trabajo
 - 3.3. Host Broadcaster / Organizador-Promotor del evento
 - 3.4. Las fases de la producción de una retransmisión en un mega-evento
 - 3.5. La unidad móvil principal. TV Compound
 - 3.6. Suministros técnicos
 - 3.7. Puestos de comentaristas y posiciones stand-up
 - 3.8. Creación e información en la realización.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

“Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias”.

Lección magistral participativa:

A diferencia de la lección magistral clásica, en la que el peso de la docencia recae en el profesor, en la lección magistral participativa buscamos que el estudiante pase de una actitud pasiva a una activa, favoreciendo su participación. Para ello, es necesario que el docente realice una buena estructuración del contenido, tenga claridad expositiva y sea capaz de mantener la atención y el interés del alumno.

Trabajo autónomo:

En esta metodología, el alumno toma la iniciativa con o sin la ayuda de otros (profesores, compañeros, tutores, mentores.) Es el estudiante el que diagnostica sus necesidades de aprendizaje, formula sus objetivos, identifica los recursos que necesita para aprender, elige e implementa las estrategias de aprendizaje adecuadas y evalúa los resultados de su aprendizaje. El docente se convierte así en el guía, el facilitador y en una fuente de información que colabora en ese trabajo autónomo. Esta metodología resultará de especial interés para el desarrollo de competencias relacionadas con la investigación.

Actividades presenciales:

1. Teóricas

- Clases expositivas.

Exposición de contenidos con la participación de los alumnos.

2. Prácticas

El alumno toma contacto con las herramientas necesarias y multidisciplinares que exigen la planificación, producción, diseño, dirección y realización de todo tipo de eventos.

Actividades no presenciales:

Estudio de los contenidos de la asignatura, apoyados por las unidades didácticas alojadas en el aula virtual y los apuntes tomados en clase.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas

COMPETENCIAS

Competencias básicas

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

Competencias generales

Ser capaz de aplicar y dominar la tecnología aplicada al campo de la comunicación audiovisual y multimedia.

Competencias específicas

Adquirir un conocimiento teórico-práctico sobre las técnicas y procesos de creación, producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases, desde el punto de vista de la organización y gestión de los recursos técnicos, humanos y presupuestarios en sus diversos soportes (cine, radio, TV, multimedia, etc).

Adquirir los conocimientos teórico-prácticos para crear, planificar, dirigir y desarrollar proyectos audiovisuales en sus fases de preproducción, producción y postproducción en diversos formatos: cine, radio, televisión, entornos digitales interactivos o multimedia.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Adquirir un conocimiento teórico-práctico sobre las técnicas y procesos de creación, producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases, desde el punto de vista de la organización y gestión de los recursos técnicos, humanos y presupuestarios en sus diversos soportes (cine, radio, TV, multimedia, etc).

Adquirir los conocimientos teórico-prácticos para crear, planificar, dirigir y desarrollar proyectos audiovisuales en sus fases de preproducción, producción y postproducción en diversos formatos: cine, radio, televisión, entornos digitales interactivos o multimedia.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

“Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias”.

Todas las tareas, actividades, trabajos y pruebas (exámenes) programadas durante el curso tienen carácter obligatorio y deben ser aprobadas con un mínimo de 5 sobre 10; tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria.

Metodología:

Módulos utilizando el método FLIPPED CLASSROOM (clase invertida)

Tipos de módulos:

Temáticos: visualización de datos, vídeos y referencias URL (Canvas) y contenidos de Studio (producción propia)
Teóricos y prácticos: Analizar y sintetizar referencias anteriores. Identificar objetivos y recursos

Proyectos intermedios:

1. Inicio: concepción idea. Decisión tipología evento. Briefing de producción. Fase de preproducción (1)
2. Fase preproducción (2) Planificación. Creatividad.
3. Fase de producción (ejecución).
4. Procesos finales

Trayectoria módulos intermedios:

- a. La evaluación del aprendizaje se realizará a través de proyectos intermedios y proyecto final con el fin de que cada alumno pueda realizar su propio portafolio profesional sobre un gran evento
- b. Cada proyecto intermedio forma parte del desarrollo del alumno en la materia. Demostración competencias adquiridas.
- c. Desarrollo de criterio competencial necesario para responder con éxito al proyecto.
- d. Seguimiento análisis exploratorio del alumno sobre el material entregado en el curso con anterioridad.

Definición proyecto final:

Una vez se han definido los proyectos intermedios, se procederá a definir cómo será el proyecto final, se señalará su vinculación a los realizados a lo largo del programa (secuencial, incremental, sumativo) o si es independiente y tiene naturaleza específica. Se propondrán, a modo de ejemplo tres posibles proyectos finales del título.

Prueba-examen final (online a través de Blackboard Ultra en cualquier circunstancia sanitaria) (no presencial)

a. Planificación de la retransmisión del evento (proyecto final):

Implantación cámaras sobre planimetría 3D. Definición de recursos. Elección de ópticas. Filosofía conceptual de la cobertura del evento en la narrativa audiovisual.

Evaluación escenario "A" (presencial, híbrido, mixto)

Prueba teórico-práctica sobre proyecto final gran evento: 45%

Desarrollo de proyecto de un evento por fases de carácter obligatorio: 45%

Actividades voluntarias, asistencia, participación activa en el aula: 10%

Aquellos alumnos que hayan superado alguna de las mismas o el examen final, pero les quede alguna tarea, trabajo o actividad pendiente, se le guardará la nota de aquellas que hubiere superado hasta la convocatoria extraordinaria.

Sistema de evaluación alternativo en el caso de formación en remoto será el siguiente:

Prueba teórico-práctica sobre proyecto final gran evento: 45%

Desarrollo de proyecto de un evento por fases de carácter obligatorio: 50%

Actividades programas mediante el sistema FLIPPED CLASSROOM (clase invertida): 5%

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Campos García de Quevedo, G. (2008). La producción de eventos. Madrid: Ediciones Protocolo