

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Publicidad		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Producción de Campañas		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	12
Curso:	4	Código:	3374
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:	300		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Jorge Juárez López	jorge.juarez@ufv.es
Marina Rodríguez Hernández	marina.rodriguez@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La producción de campañas publicitarias se sitúa en la fase final del proceso iniciado en los cursos precedentes con la ideación, conceptualización, estrategia creativa, realización de campañas, pre-producción, y desemboca en ese momento final en el que responsable de la idea, de su creación, debe enfrentarse a la materialización de la misma en distintos soportes, velando porque no sólo no se desvirtúe sino que debe ejercer con garante o guardián de la idea que el anunciante ha aprobado y lograr que, mediante una adecuada planificación y selección de proveedores y profesionales de otros sectores especializados, la campaña se materialice y cumpla con los objetivos buscados, logrando potenciar lo brillantez, eficacia, originalidad y ajuste a presupuesto y timing que se

ha previsto.

La actividad de producción se extiende a medios audiovisuales, gráficos, digitales, eventos y de contenidos transmedia.

Se trata de una asignatura eminentemente práctica, en la que el estudiante se enfrenta a situaciones que requieren la toma de decisiones, el pensamiento estratégico, el trabajo en equipo, la reflexión, la acción y en suma, el ejercicio de la responsabilidad hasta que el producto creado está listo para ser exhibido.

OBJETIVO

El objetivo final que el alumno debe alcanzar es el de conducir las ideas y conceptos publicitarios elaborados para un anunciante o briefing , hasta la fase de preproducción y producción, generando materiales acabados para ser exhibidos en los distintos soportes publicitarios.

La producción requiere además la protección de la idea para que no se desvirtúe durante el proceso de elaboración, coordinar equipos, tomar decisiones para resolver situaciones imprevistas o que corrijan posibles dificultades.

Se trata por tanto de lograr el objetivo de llevar a término el trabajo publicitario, siendo la producción la fase final previa a la exhibición o comunicación a los públicos.

Los fines específicos de la asignatura son:

-El alumno debe ser capaz de integrar, evaluar y ejecutar todos los aspectos de una campaña publicitaria para lograr su materialización en piezas que contienen un mismo concepto unitario, con las adaptaciones necesarias para cada tipología de soporte.

-El alumno ha de ser capaz de lidiar con los problemas derivados de las producciones publicitarias tales como fechas de entrega, permisos de rodaje, planificación, recursos humanos o proveedores de materiales.

-Es necesario que el alumno asuma el liderazgo en las diferentes áreas asignadas y llevar a cabo su cometido con responsabilidad y profesionalidad, trabajando y coordinando un equipo al que aporta seguridad y directrices.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Esta asignatura se nutre de todos los conocimientos adquiridos a lo largo del Grado para lograr la adecuación del mensaje a la estrategia diseñada y el estilo de comunicación decidido; está estrechamente ligada a Planificación Estratégica del 7º semestre y Realización de Campañas (impartida en el 3er curso del grado), como continuación de un proceso que desemboca en producción material de mensajes para distinta tipología de medios cuyas características también ha estudiado previamente.

Para la sección de "Producción Gráfica" será necesario el conocimiento previo de "Adobe Illustrator", "Adobe Indesign" y "Adobe Photoshop"

Para la sección de "Producción de Campañas" será necesario el conocimiento previo de "Adobe Premiere", el editor de guiones "Celtx".

CONTENIDOS

PRODUCCIÓN GRÁFICA

1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

Comunicación visual y el proceso de diseño. Mensajes gráficos impresos y digitales.

La dirección de arte.

Preparación de archivos para imprenta. Artes finales.

Photoshop VS Illustrator VS InDesign.

2. BÁSICOS DE LA PRODUCCIÓN GRÁFICA

Tipos de imágenes y gráficos vectoriales.

El color y la tipografía.

Sistemas de impresión.
Materiales y costes.

3. IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

Consideraciones de producción a tener en cuenta al crear una marca y su manual de IdVC.
Diseño y producción de aplicaciones gráficas de identidad visual corporativa.

4. TÉCNICAS DE COMPOSICIÓN Y MAQUETACIÓN

Formatos, retícula, márgenes y folio explicativo.
Lorem ipsum. Cuestiones de legibilidad.
Preparación de archivos en InDesign para enviar a imprenta o hacer una e-pub.

5. SOPORTES GRÁFICOS PUBLICITARIOS IMPRESOS

Folletos
Carteles
Medios exteriores
Packaging
Displays

6. SOPORTES GRÁFICOS PUBLICITARIOS DIGITALES

Imágenes para sitios web: formatos, resoluciones y dimensiones.
Banners
Newsletters
Apps
Redes sociales

7. REVISIÓN, PREIMPRESIÓN Y ARRANQUE DE MÁQUINAS

Pruebas de impresión, pruebas de color y arranque de máquinas.
Producción
Post-producción

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

1. INTRODUCCIÓN AL ESPACIO ESCÉNICO. Los dos espacios.

Espacio Concreto e imaginario.
Salidas y entradas.
Escorzo y campo fluctuante.
Ausencia y Presencia.

2. LA CÁMARA.

Luz Natural/Artificial.
Filtros y difusores.
Lentes y aperturas.
Usos y convenciones narrativas y estéticas de las lentes.
Profundidad de campo.
Sensor, uso y resolución.
Usos expresivos y narrativos de la luz.

3. EL SONIDO.

Características del sonido en el audiovisual.
Percepción de la Sonoridad.
Localización espacial.
Campo y fuera de campo sonoro.
El Micrófono (Tipologías).
Parámetros. Premezcla y mezcla.
Sonido como recurso narrativo.
Planos sonoros, continuidad.

4. PRE-PRODUCCIÓN -

Principios de la construcción narrativa.
División del tiempo en la narración.
Personaje, conflicto, acción.
Administración de la información.
Elipsis y anticipación.
Concepción, Storyline, Escaleta, Tratamiento y Guión.
Formato guión (literario, técnico montaje)
Elaboración de dossiers. (Fotografía, Dirección de Arte, Vestuario)

5. PRE-PRODUCCIÓN

Búsqueda de referencias y confección.
Gestión de equipo humano.
¿Cómo se gestiona un proyecto con los profesionales y empresas vinculadas?.
Detección, planificación y costes de las necesidades de producción.

Búsqueda y gestión del equipo técnico y artístico.

6. PRE-PRODUCCIÓN

Scouting.

Búsqueda y gestión de localizaciones públicas y privadas.

Realización del casting: procesos, agencias e información necesaria.

Leyes, contratación y requisitos laborales para el trabajo.

Movie Magic I. Guía para para la elaboración de planes de producción (Calendario y Escaleta)

7. PRODUCCIÓN

Movie Magic II. Desflose del Guión técnico en plan de rodaje.

Orden de rodaje.

Permisos de rodaje.

Órdenes de producción.

Partes de rodaje (Script y fotografía).

Traslados.

8. PRODUCCIÓN

Departamentos y sub-departamentos.

Articulación y orden jerárquico en el set.

Solución de problemas derivados del rodaje.

Flujo de Trabajo.

Comportamiento en el set.

9. PRODUCCIÓN.

Citaciones.

Ensayos.

Modelar la secuencia.

Emplazamiento de la acción.

Descubrimiento de picos dramáticos.

Acompañamiento y ritmo.

Claqueta y continuidad.

10. POST-PRODUCCIÓN

Volcado y procesado de archivos.

Revisión y minutaje de partes de rodaje.

Sincronización y organización de Rushes (Plural Eyes).

1er corte.

11. POST-PRODUCCIÓN VFX (Nociones básicas de After Effects).

Etalonaje o corrección de color (Nociones básicas de Da vinci).

Audition y Mezcla final.

Conformado y Masters.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividades formativas:

La asignatura está concebida desde un enfoque práctico, con la intención de que los alumnos aprendan haciendo; se trata de facilitar la asimilación de los conceptos teóricos mediante la puesta en práctica de estos. Para ello, se recurrirá a las siguientes actividades formativas:

- Clases teórico-prácticas participativas: Explicación de la materia, resolución de dudas y realización de casos prácticos, junto con la participación de los alumnos.

- Trabajo virtual en red: A través del espacio virtual creado por el profesor, el alumno deberá preparar y consultar el material disponible en la plataforma, así como realizar las actividades planteadas por la docente.

- Trabajo en grupos, basado en la metodología ABP (Aprendizaje Basado en Proyectos).

- Tutorías personalizadas, individuales y grupales, según necesidades, para revisar los temas presentados, aclarar dudas y supervisar los trabajos.

- Estudio teórico y práctico: De los contenidos del programa.

- Evaluación: Realización de pruebas de evaluación sobre los contenidos impartidos.

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.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
120 horas	180 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

Desarrollar la capacidad para desempeñar labores creativas y de gestión, como trabajador autónomo y en sistemas de autoempleo.

Competencias específicas

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.

Comunicar en el lenguaje propio de cada medio de comunicación (prensa, revistas, radio, televisión, exterior), y en los diferentes soportes digitales que vehiculan la comunicación y los mensajes masivos.

Fijar los objetivos de comunicación de cada campaña y velar porque no se desvirtúen o se desvíen durante el proceso de creación, producción y comunicación de los mensajes publicitarios.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Ser capaces de entender mediante la observación y el análisis del entramado audiovisual y gráfico contemporáneo, estructuras, patrones y arquetipos comunicativos, así como cuestionarlas y afrontar la ejecución

de ejercicios de obras gráficas y audiovisuales, de acuerdo a unos recursos de producción dados.

Aprender y comprender el proceso de ejecución y producción de un producto publicitario con una agenda de ideación ya dada a priori.

Develar aquellas cualidades creativas. Probar sus condiciones tácticas y técnicas, su intuición y mirada crítica en trabajo en grupo.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación de la asignatura tiene carácter continuo y formativo; la asistencia a clase es obligatoria para poder optar a la evaluación continua en convocatoria ordinaria tal y como se detalla a continuación:

Producción de campañas GRÁFICAS, que supone un 40% del total de la calificación de la asignatura:

- Resolución de proyecto/s práctico/s: 50%
- Examen de los contenidos teóricos: 50%

Producción de campañas AUDIOVISUALES, que supone un 60% del total de la calificación de la asignatura:

- Resolución de proyecto/s práctico/s orientados a la consecución del trabajo final: 50%
- Resolución de proyecto/s práctico/s: 50%

Los exámenes se realizarán de manera presencial salvo confinamiento.

Es necesario tener aprobadas ambas partes de la asignatura para que se haga la media final de la misma.

Por cada falta de puntuación, acentuación o sintaxis se restarán 0,1 puntos de cada ejercicio o prueba y, por cada falta de ortografía grave, 0,5 puntos. Se recuerda a los alumnos con dificultades de este tipo, así como a aquellos que necesiten mejorar su rendimiento general, que cuentan con el respaldo del GOE -Gabinete de Orientación Educativa- que la universidad pone a su disposición (goe@ufv.es). Los exámenes se realizarán de manera presencial (salvo confinamiento).

Si un alumno supera el 20% de inasistencia, suspenderá automáticamente la asignatura en la convocatoria ordinaria, por lo que será calificado íntegramente en la convocatoria extraordinaria. El alumno en tales circunstancias, podrá seguir presentando los trabajos y prácticas que se realicen durante el curso, si bien su calificación se producirá en la convocatoria extraordinaria. De forma adicional, deberá presentar un trabajo extra en la convocatoria extraordinaria para compensar la falta de asistencia y poder aprobar la asignatura. Será responsabilidad del alumno contactar con el profesor para conocer las características de dicho trabajo. La calificación total resultará de ponderar todas las partes, siendo necesario alcanzar una nota mínima de 5 en todas ellas para que se haga la media final de la asignatura. Aquellos alumnos que no obtengan la nota necesaria para aprobar la asignatura en la convocatoria ordinaria en una de las partes, deberán realizar un proyecto completo de forma individual o repetir el examen, según cada caso, en la convocatoria extraordinaria inmediata dentro del mismo curso, que será la única para la que se guardarán las calificaciones superiores a 5 obtenidas previamente. **IMPORTANTE:** No se guardarán las calificaciones para cursos sucesivos. Si se repite la asignatura, se reinicia el historial en ella por completo. Asimismo, NO se repetirán prácticas, proyectos, ni exámenes a alumnos con una calificación aprobada que quieran subir nota. Los estudiantes que deseen optar a la calificación de Matrícula de Honor, deberán realizar todas las actividades propuestas en la asignatura con el máximo rendimiento, pues no se encomendarán actividades adicionales. Solo se otorgarán a alumnos con una media igual o superior a 9. No obstante, ser candidato por un desempeño excepcional, no asegura la obtención de dicha mención, pues siempre dependerá de la consideración final del docente. De hecho, también es posible que no se conceda ninguna.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

KINDEM, GORHAM. Manual de Producción Audiovisual Digital. 2007. Omega

AÑANOS, ELENA. ESTAUN, SANTIAGO. TENA, DANIEL. Psicología y Comunicación Publicitaria. 2010. Servei de Publicacions

ÁLVAREZ-MONZONCILLO. José M .. Watching the Intefnet: the future of TV. MedioXXI. 2011.

FERNANDEZ DIEZ. F. y MARTINEZ ABADIA. J. Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Paidós. Barcelona 1999

GONZÁLEZ REQUENA, JESUS, ORTIZ DE ZÁRATE, AMAYA. EL spot publicitario. Lo metamorfosis del deseo. Cóledro. Madrid. 1995.

LÓPEZ LÓPEZ, ANA MARÍA. Curso Diseño Gráfico: Fundamentos y Técnicas. ANAYA Multimedia. COLECCIÓN: ESPACIO DISEÑO.