

Realització Audiovisual Publicitària

2013/2014

Codi: 103130

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OB	3	2

Professor de contacte

Nom: Gabriel Martínez Surinyac

Correu electrònic: Gabriel.Martinez@uab.cat

Utilització d'idiomes

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Algun grup íntegre en anglès: No

Algun grup íntegre en català: Sí

Algun grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

Donat que aquesta assignatura forma part d'un itinerari audiovisual dins de la llicenciatura amb assignatures audiovisuals, es parteix de la base de coneixements sobre gramàtica audiovisual que l'alumne ja ha assolit anteriorment.

LOS ALUMNOS ERASMUS O MOBILIDAD DEBERÁN SOLICITAR UNA ENTREVISTA PRÈVIA CON EL PROFESOR ANTES DE INICIAR LAS CLASES. Gabriel.Martinez@uab.cat

Els alumnes externs o de canvi de cicle hauran de justificar coneixements mínims establerts en el pla docent per poder matricular-se.

Objectius

Conceptualització i Realització d'espais publicitaris audiovisuals.

1.- Producció:

El procés general de producció del cinema i la televisió.

Especificitat en l'activitat publicitària.

Formats publicitaris.

2.- Realització:

El coneixement bàsic del llenguatge audiovisual.

La formació tecnològica i tècnica per l'ús dels recursos audiovisuals de la presa d'imatges i la posta en escena.

3.- Postproducció:

La formació tecnològica i tècnica per l'ús dels recursos audiovisuals del muntatge i l'edició digital.

La qual cosa li permetrà tenir un marc de coneixement consolidat per definir la importància de la Producció i Realització en la formació general de la Comunicació i en concret del procés de producció publicitari.

Coneixement del desenvolupament de projectes audiovisuals i organització dels recursos humans, artístics i

tecnològics per aplicar a la seva activitat dins l'àmbit de la publicitat.

Especial incidència en la figura publicitària del Producer com a unitat responsable d'organització i desenvolupament de la Producció publicitària en els mitjans audiovisuals.

Competències

- Publicitat i Relacions Públiques
- Demostrar que coneix l'estructura i les funcions del context tecnològic que intervé en el procés de la comunicació publicitària
- Demostrar que coneix les característiques expressives i narratives dels llenguatges audiovisuals.

Resultats d'aprenentatge

1. Distingir els principis bàsics de la producció, la postproducció i la realització audiovisual.
2. Utilitzar els instruments tecnològics de la producció, la realització, l'edició i la postproducció de missatges audiovisuals.

Continguts

TEMARI

1.- PRODUCCIÓ:

EL PROCÉS DE PRODUCCIÓ.

Fases de producció i organització.

Personal tècnic i de Producció.

Pla de treball.

Pla de rodatge.

LA PRODUCCIÓ PUBLICITÀRIA.

La productora de publicitat.

Relacions agència de publicitat i productora.

El Producer.

El Casting.

Formats publicitaris.

Estils de producció i realització.

2.- REALITZACIÓ:

EL GUIÓ PUBLICITARI.

El guió literari.

El guió tècnic.

Storyboard.

Animàtic.

LA REALITZACIÓ.

Unitats narratives: Acte, Seqüència, Escena, Pla.

La càmera digital.

Presa d'imatges amb una càmera.

La composició.

Planificació d'escena

3.- POSTPRODUCCIÓ.

Muntatge i sonorització.

El procés tecnològic i tècnic digital.

Metodologia

APRENTATGE ACTIU. METODOLOGIA SOBRE PROJECTE.

Per desenvolupar projectes audiovisuals i per assolir els objectius s'utilitza la metodologia d'Aprenentatge Actiu, la formulació d'integrar els processos formatius a l'entorn del desenvolupament d'un PROJECTE unitari desenvolupat per un EQUIP DE PRODUCCIÓ.

El projecte audiovisual organitza els recursos humans, artístics i tecnològics dins l'àmbit de la producció publicitària.

El PROJECTE com a eix vertebrador que representa el corpus de l'activitat pedagògica.

L'alumne i l'equip al qual pertany s'implicarà en el projecte desenvolupant totes les fases de producció fins a l'art final.

PRE-PRODUCCIÓ (Guió i organització)

REALITZACIÓ (Posta en escena)

POST-PRODUCCIÓ (Edició)

El seu conjunt s'organitza per aplicar el concepte experimental a tot el procés formatiu, la formació de l'EQUIP DE PRODUCCIÓ (productora) i la relació continuada amb l'objecte de producció, PROJECTE -spot-amb el seguiment metodològic dels professors i l'aportació de material a través del CAMPUS VIRTUAL.

TIPOLOGIA ESTRUCTURAL

TEORIA

ESTRUCTURA DE LA PRODUCCIÓ

ADAPTACIÓ A LA PUBLICITAT

SEMINARIS

LA CÀMARA DE VIDEO.

PLANIFICACIÓ DE POSTA EN ESCENA

EL MUNTATGE. EDICIÓ I SONORITZACIÓ

ACTIVITATS AUTÒNOMES

PRODUCCIÓ, REALITZACIÓ I EDICIÓ D'UN PROJECTE PUBLICITARI

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
EDICIÓ I SONORITZACIÓ	10	0,4	1, 2
ESTRUCTURA DEL PROCÉS DE PRODUCCIÓ. ADAPTACIÓ A LA PUBLICITAT	10	0,4	1, 2
PLANIFICAR LA REALITZACIÓ	10	0,4	1, 2
Tipus: Supervisades			
EDICIÓ SPOT	30	1,2	1, 2
PRODUCCIÓ DE SPOT	57	2,28	1, 2
Tipus: Autònomes			
REALITZACIÓ SPOT	30	1,2	1, 2

Avaluació

La nota final estarà formada per la suma de punts de diferents activitats de l'alumne en grup o individual.

Totes les activitats, puntuables o no, són susceptibles de repesca total o parcialment, al llarg del procés o al final.

L'equip docent es reserva la possibilitat de fer canvis en la dinàmica d'avaluació.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
PRODUCCIÓ AUDIOVISUAL	7	0	0	1, 2
QÜESTIONARI	3	3	0,12	1, 2

Bibliografia

GARCÍA GUARDIA, M^a Luisa; MENÉNDEZ HEVIA, Tania. Fundamentos de la realización publicitaria. Fragua. Madrid, 2007.

HART, John. La tècnica del Storyboard. IORTV. Madrid, 2001.

MARTINEZ ABADIA, José. Introducción a la tecnología audiovisual. Paidós Comunicación. Barcelona, 1988.

MARTÍNEZ I SURINYAC, Gabriel. El guión del guionista. Ed. CIMS. Colección Libros de Comunicación Global. Barcelona, 1998.

MILLERSON, Gerald. Técnicas de realización y producción en TV. IORTV, Madrid. Primera edición, 1983; cuarta edición, 2001.