Dirección de Producción de Proyectos Publicitarios

Curso Académico: (2022 / 2023) **Fecha de revisión: 12-07-2020**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Comunicación

Coordinador/a: CILLER TENREIRO, MARIA CARMEN

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 2

OBJETIVOS

COMPETENCIAS

CB8, Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
CB9, Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
CG5, Conocer cuáles son las nuevas tendencias en materia de comunicación publicitaria de acuerdo a los cambios de la sociedad digital.
CE3, Identificar las técnicas creativas que van de la creación del concepto a la campaña publicitaria.
CE9, Desarrollar y administrar producciones publicitarias dirigidas a medios de comunicación tradicionales y multimedia.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Adquirir los conocimientos para el manejo de las herramientas necesarias en la gestión y la planificación de actividades de la comunicación publicitaria comprendida desde la dirección de producción de proyectos en el ámbito de la publicidad, a las técnicas para implementar la estrategia de marca.
Aprender las funciones y objetivos del área de la producción audiovisual en el campo de la publicidad, así como el análisis desde la óptica publicitaria en éste ámbito de la producción.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

1. El Productor Ejecutivo. Funciones
2. El Director de Producción. Funciones
3. Dirección de Producción: producción de eventos. Estudio de caso.
4. Presentación de proyectos

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases prácticas
Clases teórico prácticas
Tutorías
Trabajo en grupo
Trabajo individual del estudiante

METODOLOGIAS DOCENTES

Exposiciones en clase del profesor con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en las que se desarrollan los conceptos principales de la materia y se proporciona la bibliografía para complementar el aprendizaje de los alumnos.
Lectura crítica de textos y visionado de material audiovisual recomendados por el profesor de la asignatura:
Artículos de prensa, videos, campañas publicitarias, informes, manuales y/o artículos académicos, bien para su posterior discusión en clase, bien para ampliar y consolidar los conocimientos de la asignatura.
Resolución de casos prácticos planteados por el profesor sobre comunicación y publicidad, de manera individual o en grupo
Exposición y discusión en clase, bajo la moderación del profesor de temas relacionados con el contenido de las materias, así como de casos prácticos
Elaboración de trabajos e informes de manera individual o en grupo

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Participación	10%		
Trabajo práctico		60%	
Presentación oral	30%		

Criterio de Evaluación de la Convocatoria Extraordinaria:
"Se guarda la nota de la Evaluación Continua"

Peso porcentual del Examen Final 30
Peso porcentual del resto de la evaluación 70

Peso porcentual del Examen Final:	60
Peso porcentual del resto de la evaluación:	40

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Ciller, C. y Palacio, M. Producción y desarrollo de proyectos audiovisuales, Sintesis, 2016
- Rotcop, K. The Perfect Pitch, Michael Viese Productions, 2001