

TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Nombre: **PRODUCCIÓN PUBLICITARIA**
Curso: CUARTO Semestre: 2º
Tipo: Formación Básica Obligatoria Optativa
Créditos totales (LRU / ECTS): 6 Año del Plan de Estudio: 2010

DESCRIPTORES

La asignatura "Producción Publicitaria" se centrará en el estudio y práctica de diversas técnicas de producción y realización audiovisual, con especial interés en la realización de formatos publicitarios. En este sentido, se presuponen los conocimientos correspondientes a la asignatura "Tecnología de los Medios Audiovisuales" que los alumnos han aprobado en segundo curso.

La asignatura se propone abordar el proceso de elaboración y creación de discursos publicitarios audiovisuales para pantalla cinematográfica y televisiva, así como radio e Internet, en cualquiera de los soportes de producción existentes, desde la perspectiva y compromiso del Productor/Realizador y las competencias asumidas.

OBJETIVOS

1. Conocimiento y comprensión de las funciones y objetivos del área de producción en empresas de comunicación.
2. Análisis de la actividad publicitaria desde la óptica de la producción.
3. Estudio de procesos, casos y sistemas de realización y producción desde diversas perspectivas estructurales

COMPETENCIAS

Competencias transversales genéricas:

G02. Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.

G03. Creatividad: capacidad para aplicar el pensamiento creativo en las campañas de comunicación.

G05. Capacidad para la ideación, planificación, ejecución y evaluación de las campañas de comunicación.

G06. Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de una campaña de comunicación.

G08. Fomentar el espíritu emprendedor.

Competencias específicas:

E03. Conocimiento de la estructura de la publicidad y las relaciones públicas y de sus principales formatos (características, tipologías y problemáticas), en su relación con los contextos sociales.

E04. Conocimiento y análisis de las teorías, formas y procesos de la publicidad y las relaciones públicas. Estudio de su evolución diacrónica.

E05. Conocimiento de las funciones e integrantes del sistema de la publicidad y las relaciones públicas en el marco general de la teoría de la comunicación.

E41. Conocimiento de la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, con especial atención a los medios de comunicación, la empresa publicitaria y la empresa de relaciones públicas

E43. Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión publicitaria y publirrelacionista, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en Asignaturas vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

Actividades formativas presenciales:

1. Sesiones presenciales teóricas, prácticas o teórico-prácticas. Peso de la actividad 50-100%.
2. Sesiones presenciales de debate u otras actividades participativas. Peso de la actividad 0-50%.
3. Intervención de invitados expertos en las materias tratadas en la asignatura. Peso de la actividad 0-10%.

Actividades formativas no presenciales:

4. Realización de trabajos y/o prácticas individuales o en grupo. Peso de la actividad 0-100%.
5. Otras actividades no presenciales. Peso de la actividad 0-50%.

TEMARIO

Tema 1. LA IMPORTANCIA DE LA PRODUCCIÓN/REALIZACIÓN AUDIOVISUAL EN LA PUBLICIDAD

Tema 2. PROCESO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Tema 3. PRODUCTOR Y REALIZADOR AUDIOVISUAL

Tema 4. LENGUAJE Y ESTRATEGIAS DE REALIZACIÓN

Tema 5. PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN EN LAS TÉCNICAS PUBLICITARIAS ACTUALES

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Las calificaciones finales de valoración de adquisición de las competencias mínimas para superar este módulo serán de forma general o parcial:

1. Examen consistente en una prueba teórica y otra práctica. En conjunto supondrá un 0-100% de la calificación total. La posibilidad de su sustitución por una prueba oral solo se hará cuando sea imposible realizarla de forma escrita, manteniendo el mismo valor que ésta.
2. Trabajos teóricos y/o prácticos de autoría individual o colectiva, de carácter obligatorio o voluntario a criterio del docente. Podrán obtener entre 0 y 100% de la nota total
3. La asistencia y/o participación en clase y/o tutorías será considerada según el criterio del docente (0-20%)
4. Participación en actividades vía telemática: blogs,foros, plataformas virtuales, webs, social media, etc (0-20%).
5. El docente podrá emplear otros sistemas de evaluación en función de su criterio. En tal caso deberán constar en el proyecto docente, especificados y con su valor en la calificación final.