



Producción de contenidos
publicitarios

**Máster Universitario en
Dirección de Publicidad
Integrada
2023-24**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Producción de contenidos publicitarios

Titulación: Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada

Curso Académico: 2023-24

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 2

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Francisco Reyes Sánchez y Dr. D. Fernando Toledano Cuervas-Mons

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Aplicar los conocimientos adquiridos en el contexto general de las organizaciones y específicamente en la construcción de estrategias publicitarias y desarrollos creativos.
- Integrar conocimientos adquiridos y enfrentarse a la complejidad de manifestar juicios, a partir de una limitación de la información, que incluyan reflexiones sobre aspectos sociales, empresariales, económicos y éticos.
- Comunicar conclusiones tras análisis realizados, y los motivos que las sustentan, de modo claro y eficaz, tanto a públicos especializados en la comunicación como no especializados.
- Desarrollar la capacidad del aprendizaje autónomo con el fin de adaptarse a un entorno colmado de desafíos, propios del campo de la comunicación publicitaria actual.
- Comprender los modelos de producción de contenidos y su gestión y saber aplicarlos para producir los contenidos necesarios en una campaña de publicidad integrada.

1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar la materia deberá ser capaz de resolver casos prácticos, tomar decisiones y formular juicios a partir de información limitada en cualquier aspecto relacionado con la dirección de proyectos de campañas de publicidad, desde la producción de contenidos al seguimiento de clientes. Este conocimiento se traducirá y deberá ser demostrado a través de su capacidad para gestionar un proyecto de publicidad integrada.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

La finalidad de esta asignatura es la de adquirir el conocimiento de los modelos de producción de los distintos tipos de contenidos y su gestión. Y la aplicación de los mismos para producir los contenidos necesarios en una campaña de publicidad integrada.

2.3. Contenido detallado

1. Panorama laboral. Diferencias y similitudes con el cine y la TV.
2. Organigrama de la productora de publicidad.
3. Lenguaje técnico en producción de contenidos, argot.
4. Tratamiento de realización
5. Story de realización
6. Plan de rodaje. Orden de rodaje
7. Equipos técnicos:
 - 7.1. Producción
 - 7.2. Dirección
 - 7.3. Localizadores
 - 7.4. Fotografía/Cámara/ Eléctricos/Maquinistas
 - 7.5. Arte
 - 7.6. Sonido
 - 7.7. Maquillaje/Peluquería
 - 7.8. Estilismo
 - 7.9. Grupo, Efectos
 - 7.10. Catering
8. Preproducción:
 - 8.1. Localizaciones
 - 8.2. Casting
 - 8.3. Música
 - 8.4. Referencias de vestuario
 - 8.5. Referencias de arte
 - 8.6. Look general
 - 8.7. Animatic/maqueta
 - 8.8. Bobinas
 - 8.9. Timing
9. Presentación. PPM
10. El freelance, la factura.
11. Presupuesto:
 - 11.1 Preproducción
 - 11.2 Equipo artístico
 - 11.3 Equipo técnico
 - 11.4 Material de rodaje
 - 11.5 Departamento de arte/Estudio
 - 11.6 Atrezzo/Vestuario
 - 11.7 Transportes y dietas
 - 11.8 Gastos de rodaje
 - 11.9 Laboratorio
 - 11.10 Postproducción
 - 11.11 Viajes
 - 11.12 Seguros
 - 11.13 Fuera de margen
12. Rodaje.
 - 12.1. Recursos cinematográficos
 - 12.2. El tiempo
 - 12.3. Transiciones
 - 12.4. Planos

12.5. Movimientos de cámara

13. Postproducción. Avid. Montaje, efectos, sonido.

14. Producción y realización low cost

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se desarrollarán las siguientes actividades dirigidas:

Actividad dirigida 1 (AD1): Cada alumno deberá realizar y presentar un dossier de preproducción de un spot sobre el guion propuesto por el profesor.

El dossier debe contener los siguientes apartados:

- 1- Portada
- 2- Índice
- 3- Guion / Tratamiento

Actividad sujeta a evaluación del profesor.

Actividad dirigida 2 (AD2): Cada alumno deberá realizar y presentar un dossier de preproducción de un spot sobre el guion propuesto por el profesor.

- 1- Storyboard
- 2- Fichas de casting
- 3- Fotos de localizaciones

Actividad sujeta a evaluación del profesor.

Actividad dirigida 3 (AD3): Cada alumno deberá realizar y presentar un dossier de preproducción de un spot sobre el guion propuesto por el profesor.

- 1- Referencias de arte
- 2- Referencias de vestuario
- 3- Música elegida

Actividad sujeta a evaluación del profesor.

2.5. Actividades formativas

Clases de teoría y práctica + Evaluación continuada: 20h (40%).

Clases teoría y práctica presenciales: 13,5h (la asignatura tendrá 4,5h de teoría y 9h de práctica presencial en el aula). Lecciones magistrales y seminarios de especialización así como lecturas dirigidas, talleres prácticos y método del caso y proyecto.

Evaluación: 6,5h. Pruebas de evaluación ordinaria, extraordinaria, presentaciones y evaluación de trabajos prácticos, ejercicios de evaluación en el campus virtual.

Trabajo personal del alumno: 25h (50%). Siguiendo las indicaciones del profesor, el alumno profundizará en los conceptos y contenidos expuestos en clase y preparará los debates, casos y presentaciones que se realizarán en clase.

Tutorías: 5h (10%). Se realizarán tutorías individuales y conjuntas donde se supervisarán los trabajos que se estén llevando a cabo en la asignatura y se pondrán en claro algunos contenidos y competencias que necesiten ser esclarecidos.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	40%
Examen final o trabajo final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	0%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	40%
Examen final o trabajo final presencial	50%

Convocatoria Extraordinaria:

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota del examen final extraordinario y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre en la convocatoria extraordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Brarda, M. C. (2015) *Motion graphics design: la dirección creativa en branding de tv*. Barcelona. Gustavo Gili.
- García-Clairac, S. (2005). *Realización de spots publicitarios*. Córdoba: Almuzara.
- Gurrea, A. (2008). *Cómo se hace un spot publicitario*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Guijarro, T. y Muela, C. (2003). *La música, la voz, los efectos y el silencio en Publicidad*. Madrid: Cie Inversiones Editoriales Dossat 2000.
- Moliné, M (comp.) (2000). *La fuerza de la Publicidad*. Madrid: McGraw-Hill / Interamericana de España. Versión electrónica disponible en:
 - <http://www.moline-consulting.com/fuerza.html>

Bibliografía recomendada

- Browne, S. E. (2008). *Posproducción en Alta Definición: edición y finalización del vídeo en HD*. Andoain. Escuela de Cine y Vídeo.
- González, R. (2006). *Manual para la realización de storyboards*. Valencia. UPV.
- Lupton, E. (2019) *El diseño como storytelling*. Barcelona. Gustavo Gili.
- Martínez, J. y Fernández, F. (2011). *Manual del Productor Audiovisual*. Barcelona. UOC.
- Segarra, T. (2009). *Desde el otro lado del escaparate*. Barcelona. Espasa libros.
- Solana, D. (2010) *Postpublicidad: reflexiones sobre una nueva cultura publicitaria en la era digital*. Barcelona. DobleYou.
 - Versión electrónica reducida disponible en <http://www.postpublicidad.es>

Otros recursos

- Galván Alonso, Guillermo (2007) "50 años de spots" [Documental]. Canal de Historia y Documenta Films.
- Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=tbVhqCx2rp4>
- Canal en Youtube de la agencia TBWA
- <https://www.youtube.com/user/TBWAIinteractive/videos>
- Canal en Youtube de la agencia DDB
- <https://www.youtube.com/user/DDBSpainChannel/videos>
- Canal en Youtube de la agencia Leo Burnett Madrid
- <https://www.youtube.com/user/leoburnettes/videos>
- Canal en Youtube de la agencia Lola MullenLowe
- <https://www.youtube.com/user/lolamadridlola/videos>
- Canal en Youtube de la agencia *S.C.P.F
- <https://www.youtube.com/user/SCPFes/www.scpf.com>
- Canal en Youtube "el publicista" que recopila un gran número de spots de diferentes agencias de publicidad
- <https://www.youtube.com/user/PublicistaEl/videos>

- Webs con ejemplos de uso de *motion graphics* en publicidad.
<https://www.behance.net/ubalio>
<https://margaritoestudio.com/>
<https://www.flystudio.com.mx/motiongraphics>
<https://vimeo.com/ykermoreno>

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dr. D. Francisco Reyes Sánchez
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctor en Ciencias de la Información
Correo electrónico	freyess@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. C/ Sta. Cruz de Marcenado, 27 28015 Madrid
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por <i>e-mail</i>
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Profesor de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid desde el curso 2000-2001. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (2003), habiendo obtenido la calificación de Sobresaliente Cum Laude por la primera y única Tesis Doctoral hasta la fecha sobre Cultura Urbana titulada <i>Graffiti, breakdance y rap: el hip hop en España</i>, siendo pionero en esta línea de investigación. Creó la, primera y única hasta la fecha, asignatura sobre Cultura Urbana en la Universidad española en el curso 2005-2006 (<i>Graffiti, hip hop y medios de comunicación</i>), que estuvo impartiendo en doctorado hasta que desaparecieron los cursos y fueron sustituidos por los másteres.</p> <p>En 2010 publicó el primer y único libro de música en la Cultura Urbana hasta la fecha en español, titulado: <i>Rap, 25 años de rimas</i>, que llegó a situarse en el top 10 de ventas ese año y se vendieron más de 60.000 ejemplares en todo el mundo. Ha publicado tres libros, 14 capítulos de libros, 10 artículos indexados y situados en repositorios de calidad, dos libros de actas en congresos científicos y 555 artículos sobre Cultura Urbana en la creación audiovisual en prensa y revistas de tirada nacional (La Clave, El País, Serie B, Hip Flow –Grupo BAUER-, Hip Hop Nation y Hip Hop Life) desde el año 1999.</p> <p>En su línea de investigación destaca la creación de <i>Ritmo Urbano</i>, el primer y único programa de televisión hasta la fecha sobre cultura urbana, que se emite desde 2011 en La 2 de TVE y que acaba de terminar la emisión de su séptima temporada. Francisco es el creador, director, realizador y productor del programa (www.rtve.es/television/ritmo-urbano/)</p>

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Francisco ha impartido más de 100 conferencias y comunicaciones en todos estos años de docencia, además de haber participado en otras tantas mesas redondas. Casi siempre con el tema de la Cultura Urbana.</p> <p>Su experiencia profesional se divide en varias disciplinas y medios, así, desde 1995, viene trabajando en televisión, publicidad, cine, fotografía y otros ámbitos. En televisión ha desempeñado las funciones de director, realizador, guionista, decorador, asesor, producción y colaborador en Localia, TV Complutense, Telecinco, Telemadrid, Canal Parlamentario, Antena 3, ZDF (Alemania), Cuatro, La 1 y La 2 de TVE.</p> <p>En publicidad, desde 1999 ha desempeñado funciones de producción, atrezzista, realizador, localizador, director de casting, regiduría, operador de cámara, documentalista y making of. Casi siempre con la productora Álamo Films y en el área de producción, aunque también ha trabajado como freelance para The Lift, Vituvio Leo Burnett, Propaganda, O Video, Made In Spain, Room Service, Albiñana, Marcha Films, Leading Edge, Pictures that move, Goforziv, Dévora Clip, Guadiana Producciones, Dream Team o Indio Films.</p> <p>En cine, desde 1997 ha participado en películas desempeñando casi siempre funciones de atrezzista en productoras como Iberoamericana Films, La Zona Films, Lotus Films, Lola Films, Flamenco Films, Castelao Producciones o Fernando Trueba PC.</p> <p>También presenta una dilatada carrera como fotógrafo debido a los más de 17 años que lleva colaborando en revistas musicales y en eventos relacionados con la cultura urbana como el Campeonato de Andalucía de breakdance, conciertos de rap y otros géneros y en varios spots como foto fija. Francisco ha realizado más de 20 videoclips, casi todos a artistas de rap o de otras músicas urbanas.</p> <p>Francisco siempre ha estado vinculado al mundo del arte, sobre todo al arte urbano, pues no en vano es uno de los pioneros de dicho arte en nuestro país, así que presenta una dilatada trayectoria en este campo, llegando a exponer por primera vez en 1990 y habiendo participado en cientos de exhibiciones de arte urbano en los últimos 30 años.</p> <p>Algunas de sus exposiciones más importantes a nivel internacional han sido las realizadas en la <i>XIV Feria de Arte Contemporáneo DEARTE 2015</i>, en <i>JustMad 2016</i> y <i>Mulafest 2016</i>, <i>Atrium Gallery</i> (Ottawa, Canadá, 2014) y en varios eventos relacionados con la violencia de género y aniversarios de la cultura urbana en nuestro país.</p> <p>En los tres últimos años expone habitualmente para DURÁN Subastas de arte, siendo el artista que más obras vende en su galería on line. (http://www.durangallery.com/pastron.html)</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Nombre y Apellidos	Dr. D. Fernando Toledano Cuervas-Mons
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctor en Ciencias de la Información. Acreditado por ANECA
Correo electrónico	ftoledan@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. C/ Sta. Cruz de Marcenado, 27 28015 Madrid
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Doctor en Ciencias de la información por la Universidad Complutense de Madrid. Acreditado por la ANECA. Master en Publicidad por ICADE (Universidad Comillas). Licenciado en Ciencias de la Información por la UCM, especialidad en Comunicación audiovisual.</p> <p>Ha trabajado en Gardoqui-Gold; Publicis y RdA Comunicación. Profesor en el Master Universitario en Dirección de Publicidad Integrada TBWA. Ha sido docente en el Curso de Creatividad Publicitaria y de la Comunicación del IED (Istituto Europeo di Design). Pertenece al Comité Ejecutivo del Capítulo Académico de la IAA (International Advertising Association).</p> <p>Actualmente es Director del Departamento de Publicidad de la Facultad de Comunicación y Artes.</p>