

Ficha Técnica: Producción y Realización Publicitaria
Curso 2025/2026

Asignatura

Nombre Asignatura	Producción y Realización Publicitaria
Código	100000291
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2020)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	4

Datos Generales

➤ PROFESORADO

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

Conocer la industria publicitaria actual y sus principales componentes: Anunciantes, Agencias de Publicidad y productoras de Publicidad españolas

Para la práctica de grupo (APS) se necesitan conocimientos de montaje, maquetación y diseño gráfico

Para la práctica individual se requiere tener conocimientos de maquetación y diseño gráfico

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

Se pretende que el alumnado conozca los fundamentos de la elaboración de productos audiovisuales destinados a la comunicación publicitaria una vez que se ha gestado la propia idea a través del estudio de todos los elementos que intervienen en el proceso.

- Conocer en profundidad el proceso de producción y realización de un spot de publicidad, así como la relación entre anunciante, agencia y productora.

- Entender los distintos roles de producción dentro de la realización de un spot, quienes intervienen en el proceso, y cuál es la cadena de mando durante las distintas fases de preproducción, rodaje y postproducción.

- Conocer todos los aspectos legales que conlleva la realización de un spot o sus adaptaciones: contrato de producción, confidencialidad, derechos de actores, derechos musicales, renovaciones de esos derechos, seguros, etc.

- Entender cada una de las partidas del presupuesto de producción de la APCP.

➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

El enfoque práctico de la asignatura llevará al alumno a controlar los documentos utilizados en el proceso de realización de un spot:

- El script.
- El story board.
- El shooting board.
- Maquetas.
- Briefing audiovisual.
- Modelo de presupuesto de la APCP.
- Formas de pago (cuando son producciones nacionales, y cuando se contratan service internacionales).
- Tratamiento del realizador.
- Contratos de producción.
- Rodajes con menores de edad.
- Permisos para rodajes.
- Derechos de autor (actores, música...).
- Renovación de derechos audiovisuales.
- Contratos de confidencialidad.
- Responsabilidades de agencia y de productora.
- Seguros (responsabilidad civil, materiales, weather day...).

➤ **COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

Generales

- Capacidad para desarrollar un razonamiento crítico coadyuvante en cualquiera de los contextos que van a conformar su futuro profesional.
- Capacidad para la detección, el análisis y la resolución de problemas en cualquiera de los ámbitos que van a conformar la vida académica y profesional del alumno; y para la aplicación de métodos instrumentales de carácter interdisciplinar necesarios para ello.
- Habilidad para poner en práctica un comportamiento creativo en aquellas situaciones que requieran de una solución novedosa y eficaz; involucrándose en su ejecución y adoptando un funcionamiento ágil y flexible.
- Capacidad para el trabajo e interacción en equipos multi e interdisciplinarios, contribuyendo a la consecución de los objetivos previamente establecidos, y revirtiendo sus resultados en el aprendizaje personal y colectivo.

Transversales

- Capacidad para adquirir un compromiso ético a nivel personal y social, manifiesto tanto en su comportamiento académico, como en su futuro quehacer profesional;

Específicas

- Conocimiento teórico y aplicado de los procesos de creación, diseño, elaboración y producción de los mensajes de comunicación publicitaria: métodos, estrategias, técnicas creativas y los sistemas

de análisis de las campañas

- Conocimiento de los mecanismos y procesos encaminados a la realización y producción de mensajes publicitarios, y de mensajes de relaciones públicas en los distintos soportes y medios de comunicación.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

TEMARIO

1. Introducción al proceso de producción publicitaria.
2. La Productora, el Productor Ejecutivo y el Realizador.
3. El Producer de agencia, de productora y el cost-controller del anunciante.
4. Rodaje con menores y animales.
5. Briefing de producción, desglose de guion y timing.
6. Plantilla de presupuesto de la APCP.
7. El Contrato de Producción Publicitaria y los Seguros de Rodaje.
8. El dossier de PPM y la prueba de vestuario.
9. La localización técnica, el plan y la orden de rodaje. El rodaje
10. Montaje, postproducción y sonido. Subida a AdStream del Máster

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

- Se impartirán clases teóricas apoyadas siempre con ejemplos prácticos actuales de la forma de realizar spots en España.

- Estudiaremos casos de producción audiovisual desde el script hasta la entrega del Master.

- Se realizará una **práctica en grupo de un proyecto de Aprendizaje y Servicio (APS)**, en el que cada uno tendrá su rol dentro de la producción y realización de un spot publicitario, desde la entrega de briefing por el anunciante hasta la entrega del Master. **El proyecto de este curso 2023-2024 será la realización de un spot para la ONG Harambee.**

- Se realizará también una **práctica individual** conforme a lo visto en clase.

APS:

Es una propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje académico y de servicio a la comunidad en un solo proyecto bien articulado, en el que los participantes se forman al trabajar sobre necesidades reales del entorno con el objetivo de mejorarlo.

Título del proyecto de ApS: Spots para Harambee

Entidad colaboradora: Harambee España

Descripción del proyecto (tareas y funciones de los estudiantes): Crear spots corporativos de la ONG con la finalidad de dar a conocer a la Organización y sus distintos proyectos.

Características del proyecto: En grupo y obligatorio. Valoración individual y grupal.

Práctica reflexiva: Durante el proyecto se recibirá un briefing del cliente, se le presentarán creatividades, se le preparará el dossier de PPM, se trabajarán las necesidades de producción, de rodaje y se presentarán los spots terminados al cliente.

Según la programación del temario de la asignatura y de la puesta en marcha de la práctica APS, se tratará de tener alguna Masterclass con algún profesional del sector

➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

1. El enfoque teórico de la asignatura se evaluará individualmente en un examen final: 40% de la nota final.
2. Práctica spot Proyecto Aprendizaje y Servicio ONG Harambee:
 - 20% de la nota final por el trabajo en grupo.
 - 20% de la nota final por el trabajo individual de cada alumno.
3. Práctica individual: 10% nota final.
4. Asistencia y participación en clase: 10% de la nota final.

Cada una de estas partes debe estar aprobada para aprobar la asignatura: examen y prácticas.

- Aquellos alumnos que no aprueben la asignatura en primera convocatoria, tendrán que realizar el examen y la práctica individual o grupal (en el caso de no haberlas aprobado) para poder aprobar en la convocatoria extraordinaria.
- Normas aplicables a la redacción y a las faltas de ortografía, puntuación y acentuación en los trabajos y exámenes realizados por alumnos de los Grados de Comunicación.
- La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario así como la presentación y maquetación y presentación de las prácticas.

Con objeto de facilitar la tarea de profesores y alumnos, la Dirección del Grado en Periodismo del Área de Comunicación ha aprobado adoptar como norma interna los siguientes criterios de calificación.

Normas aplicables

- a) Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva.
- b) La ortografía será juzgada en su totalidad -letras, tildes y signos de puntuación- y valorada dentro de la capacidad de expresión del alumno.

c) Hechas estas consideraciones generales, se establecen las normas siguientes:

- i. Por cada falta de ortografía, incluidas las tildes, se deducirá medio punto de la calificación del ejercicio.
- ii. Cuando se repita la misma falta de ortografía, se contará como una sola.
- iii. Por la reiteración de errores de puntuación se podrán deducir hasta dos puntos de la calificación del ejercicio, según la apreciación del corrector.

Estas normas se establecen con el carácter de mínimas y sin perjuicio de las exigencias adicionales que pueda fijar cada profesor en función de los contenidos y objetivos de sus respectivas asignaturas.

- "NO PRESENTADO": la calificación de 'no presentado' no consume convocatoria. Cuando un estudiante haya sido evaluado de un conjunto de pruebas previstas en la Guía Docente que abarquen el 30% de la ponderación de la calificación, ya no será posible considerar como 'no presentado' en la asignatura.

- "REPETIDORES": Los repetidores deberán comunicarse con el coordinador de grado y con profesor al comienzo de cada cuatrimestre para saber cómo afrontar la asignatura.

➤ **BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**

- GUARDIA, M. L., & HEVIA, T. M. (2007). FUNDAMENTOS DE LA REALIZACIÓN PUBLICITARIA. MADRID: EDITORIAL FRAGUA.
- GURREA, A. (1999). LOS ANUNCIOS POR DENTRO. BILBAO: UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO.
- GARCIA - CLAIRAC, S. (2005). REALIZACIÓN DE SPOTS PUBLICITARIOS. EDITORIAL ALMUZARA.
- CARVAJAL, A. (2012) LIBRO BLANCO DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL. ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ANUNCIANTES.
- BASSAT, L. (2009). EL LIBRO ROJO DE LA PUBLICIDAD. BARCELONA: DEBOLSILLO.
- JOANNIS, H. (1996). EL PROCESO DE CREACIÓN PUBLICITARIA. PLANTEAMIENTO, CONCEPCIÓN Y REALIZACIÓN DE LOS MENSAJES. BILBAO: EDICIONES DEUSTO.
- MOST, J. (1995). ASÍ SE CREAN ANUNCIOS PUBLICITARIOS. BARCELONA: EDITORIAL ROSALJAI.

➤ **HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

Las tutorías deben de solicitarse con un plazo mínimo de una semana enviado un correo electrónico a:

beatriz.delahoz@villanueva.edu

y se confirmarán mediante respuesta al mismo correo de solicitud.

Se realizarán los días que se imparta la asignatura (Lunes y Miércoles) a la finalización de la clase;
18.30 - 19h

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Actualizada la guía docente del curso 2023-2024