



DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	Producción audiovisual				
CENTRO ACADÉMICO:	CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	COMUNICACIÓN				
PROGRAMA EDUCATIVO:	LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA ESTRATÉGICA				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2016	SEMESTRE:	7	CLAVE DE LA MATERIA:	31863
ÁREA ACADÉMICA:	LENGUAJES Y REALIZACIÓN DE PRODUCTOS COMUNICATIVOS	PERIODO EN QUE SE IMPARTE	AGOSTO-DICIEMBRE		
HORAS SEMANA T/P:	T: 2 P: 2	CRÉDITOS:	4		
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	PRESENCIAL	NATURALEZA DE LA MATERIA:	OPTATIVA		
ELABORADO POR:	M. en Arte. Emma Nitzel García Guardado				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	LENGUAJES Y REALIZACIÓN DE PRODUCTOS COMUNICATIVOS	FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	AGOSTO 2023		

DESCRIPCIÓN GENERAL

Curso teórico-práctico en el que las alumnas y los alumnos obtendrán los conocimientos y habilidades básicas para desarrollar ideas creativas a través de la producción de contenidos audiovisuales, utilizando distintos recursos técnicos y conceptuales que posibiliten la creación de productos comunicativos audiovisuales claros, eficientes y originales.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso, las alumnas y los alumnos habrán adquirido las habilidades para poder llevar a cabo el desarrollo de un proyecto audiovisual, desde las etapas más tempranas hasta la exhibición del mismo. Adquirirán también, herramientas creativas, discursivas y técnicas para traducir una idea en un producto audiovisual.



CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: PROYECTOS AUDIOVISUALES (10 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad las alumnas y los alumnos adquirirán herramientas teóricas y prácticas para comprender los proyectos audiovisuales y conceptualizar productos para medios audiovisuales.	<p>1.1. Productos y proyectos audiovisuales</p> <p>1.1.1 Desarrollo de la Idea</p> <p>1.1.2 Determinación del proyecto (género, estilo, formato, duración, tono, audiencias, espacios de salida)</p> <p>1.1.3 Formatos audiovisuales</p> <p>1.1.4 Tipos de producción</p> <p>1.2 Lenguaje audiovisual</p> <p>1.2.1 Plano, escena, secuencia.</p> <p>1.2.2 Ángulos de cámara</p> <p>1.2.3 Movimientos de Cámara: Travelling, Panorámico</p> <p>1.2.4 La composición de la imagen</p>	11, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19

UNIDAD TEMÁTICA II: PRE- PRODUCCIÓN (10 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al término de esta unidad las alumnas y los alumnos, serán capaces de entender y llevar a cabo la preparación previa y necesaria a una producción audiovisual, para optimizar sus recursos económicos, humanos y de tiempo.	<p>2.1 Guión</p> <p>2.1.1 El guión argumental</p> <p>2.1.2 El guión técnico y la escaleta</p> <p>2.1.3 Crew: Roles y Selección del personal</p> <p>2.2 Ruta crítica</p> <p>2.3 Breakdown o planeación del rodaje</p> <p>2.4 Plan de trabajo / Calendarización</p> <p>2.5 Bitácora y Carpeta de Producción</p>	01, 05,06,09, 15, 16, 17, 18

UNIDAD TEMÁTICA III: PRODUCCIÓN (10 horas aprox.)

*En caso de no aplicar algún elemento, escribir N/A



OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al finalizar esta unidad las alumnas y los alumnos serán capaces de identificar el proceso de producción, y desarrollar con éxito producciones óptimas, en tiempo y forma,	3.1 Tipos de filmación 3.2 Coherencia de la Puesta en Escena 3.3 Iluminación y Arte 3.4 Registro de una secuencia 3.4.1 Técnicas de rodaje y filmación 3.5 El trabajo en set 3.6 El Rodaje	03, 04,09,10, 11, 12, 14, 15, 16, 17

UNIDAD TEMÁTICA IV: POST PRODUCCIÓN (30 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Las alumnas y los alumnos comprenderán la importancia de la producción en las etapas posteriores al rodaje como es la post producción.	4.1 Ruta crítica de postproducción 4.2 La producción en la edición de una película 4.3 Qué es el diseño sonoro 4.4 Diseño de cartel	02, 03, 05, 06, 10, 14

UNIDAD TEMÁTICA V: GESTIÓN Y PROMOCIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES (20 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Las y los estudiantes habrán adquirido las habilidades para gestionar y promocionar proyectos audiovisuales.	5.1 El marketing y la estrategia de salida 5.2 Tendencias de la producción audiovisual: redes sociales y el auge de la inteligencia artificial 5.3 Derechos de exhibición audiovisual 5.4 Publicación y presentación del producto terminado	01,03,07,09,10

*En caso de no aplicar algún elemento, escribir N/A



METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

El curso es teórico-práctico, por lo cual se apoyará en trabajos y creación de material audiovisual realizados por las y los estudiantes.

RECURSOS DIDÁCTICOS

- Material en presentaciones multimedia (PowerPoint, prezi),
- Estudios de Caso
- Experimentaciones conceptuales y prácticos individuales
- Visionados de Películas
- Realización de proyecto.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

PRIMER PARCIAL 30%

EJERCICIOS TEORÍCOS 30%

TRABAJO PRÁCTICOS (EJERCICIOS AUDIOVISUALES) 70%

SEGUNDO PARCIAL 30%

EJERCICIOS TEORÍCOS 30%

TRABAJO PRÁCTICOS (EJERCICIOS AUDIOVISUALES) 70%

PROYECTO FINAL 40%

REALIZACIÓN DE PRODUCTO AUDIOVISUAL (RODAJE) 60%

ENTREGA CARPETA FINAL 40%

FUENTES DE CONSULTA

*En caso de no aplicar algún elemento, escribir N/A



BÁSICAS

1. Canet, F., y Prósper, J. (2009). Narrativa audiovisual: estrategias y recursos. Síntesis.
2. Carvajal Sáenz de Heredia, A. (2016a). El proceso de producción audiovisual publicitario. Sevilla: Punto Rojo.
3. Carvajal Sáenz de Heredia, A. (2016b). La realización audiovisual publicitaria. Sevilla: Punto Rojo.
4. Català, J. M. (2001). La puesta en imágenes. Conceptos de dirección cinematográfica. Barcelona: Paidós.
5. CATALÀ, Joseph María (2001), *La puesta en imágenes. Conceptos de dirección cinematográfica*. Barcelona: Paidós.
6. CHION, Michel (1992), *La audiovisión*. Barcelona: Paidós.
7. FELDMAN, Simón. (2004) *El director de cine*. Barcelona: Gedisa.
8. FELDMAN, Simón. (2008) *La realización cinematográfica*. México: Gedisa.
9. García Jiménez, J. (1995). La imagen narrativa. Ed. Paraninfo
10. Huertas Jiménez, Fernando (1986). Estética del discurso audiovisual, Barcelona: Mitre.
11. KATZ, Steven D. (2000). *Plano a plano. De la idea a la pantalla*, Madrid: Plot.
12. KATZ, Steven D. (2000). *Rodando. La planificación de secuencias*, Madrid: Plot.
13. MARNER, Terence St. John (1972). *Cómo dirigir cine*. Madrid: Fundamentos.
14. Martín Martín, P. (2015). El artista visual configura un nuevo panorama: Autoría y recepción en el Spot publicitario. Opción, 31 (6).
15. MASCELLI, Joseph (1960). *Las cinco claves del cine*. Buenos Aires: SICA.
16. RABIGER, Michael (1993). *Dirección de cine y video*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión
17. RABIGER, Michael (2009). *Dirección cinematográfica: Técnica y Estética*. Barcelona: Omega.
18. SÁNCHEZ, Rafael C. (2004). *El montaje cinematográfico: arte de movimiento*. México: UNAM.
19. SIETY, Emmanuel. (2004) *El plano*. (Barcelona: Ed. Paidós.