

## **LABORATORIO 1 SPOT PUBLICITARIO**

### I. Datos Informativos:

Código:	206009
Carrera:	Comunicación Y Publicidad Trnasmedia , Comunicación Audiovisual y Cine.
Ciclo:	6°
Categoría de curso:	Obligatorio de carrera
Créditos:	04
Semestre:	2020 - 1
Pre – Requisito:	
Profesores:	LUIS ESPARZA

---

### II. Sumilla:

El presente curso de formación profesional obligatoria, tiene como objetivo desarrollar criterios y habilidades de producción y dirección de spots publicitarios. Se trata de diseñar y aplicar los procesos, la narrativa, el lenguaje y las técnicas de realización de los diversos formatos audiovisuales, que se desarrollan en una casa realizadora.

La evolución del spot de los medios masivos a los medios digitales, definen una diversidad de posibilidades que los alumnos deben investigar, conocer y desarrollar, para formarse como productores y directores de publicidad, videoclips y banners animados. Todo ello en función de los objetivos de campañas de marketing, de marca y de mercado, enfatizando la dirección de fotografía y de arte y estética.

### III. Objetivos:

#### General

Aplica conocimientos de realización a productos publicitarios de alta calidad, con acabado técnico publicitario y énfasis en la consecución de un brief creativo aplicado a las necesidades de un producto específico.

#### Específicas profesionales – curso

1. Conoce la función de un Director.
2. Diferencia los diferentes involucrados en el proceso de realización de un spot o pieza publicitaria.
3. Domina los procesos por los que un Director de Spots tiene que pasar para entregar un Spot a un cliente.

### IV. Competencias:

1. Argumenta sus propuestas con convicción manejando la narrativa, el lenguaje y la técnica, generando múltiples soluciones creativas desde diferentes perspectivas, aplicando la metodología Pro-seso Creativo para el desarrollo de sus proyectos.

2. Sustenta las ideas, acciones y juicios, a partir del uso de criterios fundamentados, que le permiten discernir entre lo relevante e irrelevante para fundamentar sus proyectos.

V. Programación de contenidos:

1° SEMANA:

La campaña publicitaria

- El concepto creativo de la campaña publicitaria.
- El Spot como producto audiovisual

*PRÁCTICA: Pack Shot. Fotografiar y dirigir arte de alimentos y objetos*

2° SEMANA:

La agencia publicitaria

- El Brief y el debriefing de la campaña
- La licitación con agencia.

*PRÁCTICA: Planteamiento del spot y definición de grupos en clase*

3° SEMANA

La casa realizadora

- La producción de un spot
- El Director. ¿Qué hace y como trabaja un director publicitario?

*PRÁCTICA: Asesoría de desarrollo de una campaña en clase.*

4° SEMANA

Desarrollo de devoluciones

- El equipo de dirección y la devolución.
- Sustentación de devoluciones.

*PRÁCTICA: Presentación de la realización de spot Pack Shot. (1era NOTA EC)*

---

5° SEMANA

La narrativa del spot.

- Contar historias en 10, en 20 y en 30 segundos
- El lenguaje audio-visual del spot

*PRÁCTICA: Producción de Spot Narrativo. Historia para una marca*

6° SEMANA

La dirección de fotografía de un spot.

- La dirección de fotografía y el lenguaje
- Técnicas, instrumentos y personal técnico.

*PRÁCTICA: Asesoría de desarrollo del Spot Narrativo. Casting de actores*

7° SEMANA

La dirección de arte

- La importancia de la dirección de arte
- Maquillaje, vestuario y ambientación

*PRÁCTICA: Asesoría de desarrollo del Spot Narrativo.*

8° SEMANA

*EXAMEN PARCIAL:*

*PRESENTACIÓN DE SPOT NARRATIVO (2da NOTA EC)*

---

### 9° SEMANA

La dirección de spots

- La dirección de la puesta en escena
- Presentación del concepto creativo desprendido del brief

*PRÁCTICA: El guion de agencia. Producción de un spot con cliente real*

### 10° SEMANA

La dirección de actores y modelos

- La puesta en escena en función de vender un producto o servicio
- Técnicas de dirección de actores.

*PRÁCTICA: Asesoría de conceptos creativos y planteamiento de cronograma.*

### 11° SEMANA

Edición y Post Producción de un Spot

- La dirección.
- Aspectos técnicos en publicidad. La edición y postproducción.

*PRESENTACIÓN DE SPOT DE AGENCIA CON CLIENTE REAL  
(3era NOTA Evaluación Continua)*

### 12° SEMANA

Realización de spots institucionales y sociales

- Uso de la animación.
- Otros medios digitales

*PRÁCTICA: Planteamiento del cuarto trabajo (Spot Institucional social)*

---

### 13° SEMANA

Realización de spots institucionales y sociales

- Rodaje de spots institucional

*PRÁCTICA: Rodaje en exterior.*

### 14° SEMANA

Edición y Post producción

- El lenguaje y los recursos gráficos
- Sonido y Musicalización

*PRÁCTICA: Edición en isla de edición.*

### 15° SEMANA

EXAMEN FINAL:

PRESENTACIÓN DE SPOT INSTITUCIONAL  
(4ta. NOTA Evaluación Continua)

## VI. Metodología:

- Curso teórico-práctico.
- Exige una metodología activa y participativa
- Exposición en clase con ayudas audiovisuales.
- Participación continua.
- Trabajo de campo.
- Asesoría constante
- Trabajos colaborativos

- Desarrollo de proyectos creativos y originales
- Aula invertida
- Método de casos
- Aprendizaje orientado a proyectos

VII. Actividades de investigación formativa

La experiencia curricular del curso atiende al proceso de investigación formativa a través de la elaboración de un proyecto de Dirección Spot que se presentará en un examen o proyecto final.

VIII. Evaluación:

- Examen parcial: 30%
- Examen final: 30%
- Evaluación continua (04): 40%

IX. Materiales de apoyo didáctico:

- Spots de retail e institucionales y
- Campañas nacionales y extranjeros.

X. Bibliografía:

APRILE, Orlando	La publicidad audiovisual. Ed. La Crujía. Buenos Aires, 2008
ASCHER, Steve	The filmmaker's handbook. Ed. Plume. New York, 1999
BURTENSHAW, Ken MAHON, Nik y	Principios de publicidad Ed. GG. Barcelona, 2008
DOUGAN, Pat	Professional acting in TV commercials Ed. Heinemann. New York, 1996
GARCÍA GUARDIA, María Luisa y MENENDEZ HEVIA, Tania	Fundamentos de realización publicitaria Ed. Fragua. Madrid, 2007
MORENO, Isidro	Narrativa audiovisual publicitaria Ed. Paidós. Barcelona, 2003
NAVARRO, Carlos	Creatividad publicitaria eficaz Ed. ESIC. Madrid, 2006
SARDEGNA, Mariela	Manual de creatividad publicitaria La Ley. Buenos Aires, 2003
TAMAYO, Augusto	El spot publicitariol Universidad de Lima. Lima, 2000
WHITE, Hooper	How to produce effective TV commercial NTC Publishing Group. New York.

ooo