

CURSO DE
PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN
AUDIOVISUAL PUBLICITARIA
PARA PROFESIONALES

OBJETIVOS Y NATURALEZA DEL CURSO

DISEÑO

A quién va dirigido:

A Anunciantes y Agencias de Publicidad.

Objetivo:

Dar a conocer a sus empleados el trabajo existente en una producción audiovisual publicitaria, centrándonos en el trabajo del día a día de la productora y de los equipos de rodaje. Explicación pormenorizada de todos los elementos que influyen e intervienen en una producción audiovisual, con el fin de completar la formación de profesionales que trabajan en empresas de Anunciantes o en Agencias.

Duración del Curso: 30 horas presenciales.

Lugar: Se puede realizar en las instalaciones de Makkers o en las instalaciones de la empresa contratante.

Fecha y horario: A convenir entre Makkers y la empresa contratante. Se puede realizar en fin de semana o en días laborables, distribuyendo el curso en diferentes horarios.

Precio: 1.500 € por alumno.



QUIÉNES SOMOS

MAKKERS es una escuela audiovisual recientemente creada en Madrid y adscrita a la Universidad Rey Juan Carlos. En ella impartimos como curso principal un Máster en Producción y Dirección de Cine Publicitario.

Los tres socios fundadores son **Nick Igea** (que lleva 18 años trabajando como Jefe de Producción freelance), **Pablo Herraiz** (con amplia experiencia como Productor Ejecutivo Internacional) y **Javier Chinchilla**, uno de los más prestigiosos Ayudantes de Dirección de España, que ha trabajado a las órdenes de Steven Spielberg, Ridley Scott o Milos Forman.

Nuestro profesorado está formado exclusivamente por técnicos en activo y de primer nivel, con experiencia tanto en el medio cinematográfico como publicitario.

Nuestra web: www.makkers-school.com



NUESTRA FILOSOFÍA



En **MAKKERS** entendemos nuestra profesión (la de producción y el resto que hay dentro de un equipo de rodaje profesional) como un oficio. Nos centramos en desarrollar la parte más práctica de la misma, preparando a nuestros estudiantes a la incorporación en equipos profesionales de primer nivel.

A su vez, nuestra intención es la de inculcar el amor por el oficio y establecer desde el inicio un protocolo de trabajo en el que se priorice la auto-exigencia, el gusto por el detalle y por hacer las cosas desde el cariño.

Queremos que los estudiantes formados por nosotros sean distinguidos por el sello de **MAKKERS**. Eso significa para nosotros que se distingan de otros profesionales por lo expuesto anteriormente: exigencia, cuidado del más mínimo detalle a la hora de trabajar y hacerlo desde el amor por el oficio.

En estos cursos dirigidos a profesionales nuestra filosofía no cambia. Queremos contribuir a que nuestro sector tenga a unos mejores y más completos profesionales, sin perder de vista nuestro sello y lo que éste significa.



MÓDULOS

Módulo 2- **EQUIPO TÉCNICO: DEPARTAMENTOS Y CARGOS**

CONTENIDO:

- **Equipo técnico en una producción publicitaria: División por departamentos y cargos.**
Responsabilidades, organización interna y relaciones entre los diferentes departamentos.



Módulo 3- **ELEMENTOS TÉCNICOS** (Cámara, iluminación, maquinaria de rodaje, etc.)

CONTENIDO:

- **Tecnología digital aplicada.** Conocimientos básicos acerca de la digitalización de la imagen.
- **Material de Cámara y Video-Assist.** Cámaras profesionales empleadas en rodajes publicitarios, propiedades de las mismas, accesorios y equipos de video-assist utilizados.
- **Material eléctrico.** Aparatos de iluminación empleados en rodajes publicitarios.
- **Maquinaria de rodaje.** Grúas y cabezas utilizadas en rodajes publicitarios.
- **Vehículos de rodaje.** Vehículos terrestres y aéreos utilizados en rodajes publicitarios.



Módulo 4- **GESTIÓN DE LOCALIZACIONES**

CONTENIDO:

- **Búsqueda de localizaciones.** Cómo se consiguen los lugares donde llevar a cabo un rodaje
- **Tramitación (solicitud y obtención) de los permisos oficiales.** Diferentes tiempos y mecanismos a la hora de obtener permisos oficiales, dependiendo de las distintas localizaciones donde llevar a cabo un rodaje (calles, playas, carreteras, etc.)
- **Gestión de las localizaciones antes y durante el rodaje.**



Módulo 5- **GESTIÓN DE CASTING Y DERECHOS DE ACTORES/MODELOS**

CONTENIDO:

- **Cómo se realiza la búsqueda del casting.** Sistema de trabajo: La figura del/la director/a de casting y las agencias de modelos.
- **Categorías de actores y/o modelos.**
- **Derechos de imagen de los actores y/o modelos.** Qué los establece.
- **Diferencias con respecto a casting internacional:** Londres, USA, Argentina, etc.

(Continúa)



CURSO - MÓDULO 5

- **La figuración y figuración especial.** Criterios de diferenciación y gestión en su búsqueda.
- **Rodajes con menores de edad:** Tramitación de permisos oficiales necesarios. Tiempos de obtención de los mismos. Diferencias por Comunidades Autónomas.
- **Cesión de derechos y contratos de los modelos.**



Módulo 6- EL DEPARTAMENTO DE DIRECCIÓN: CÓMO HACER UN PLAN DE RODAJE Y GESTIÓN DEL MISMO.

CONTENIDO:

- **La figura del Realizador.**
- **La figura del Ayudante de Dirección.** La importancia del mismo en un rodaje. Funciones y Responsabilidades
- **El desglose como mecánica primera de trabajo.**
- **El plan de rodaje: Criterios por los que regirse a la hora de confeccionarlo** (número de días de rodaje, búsqueda de la mayor productividad del mismo, por dónde empezar y terminar, etc).

(Continúa)



CURSO - MÓDULO 6

- **Requerimientos por departamentos.** Coordinación de los mismos.
- **La orden de rodaje.** Trabajo previo con el Realizador y el Director de Fotografía.
- **El ritmo de un rodaje: Cómo gestionar el día de grabación.** Elementos a tener en cuenta y criterios a seguir.
- **Reportes de dirección tras el rodaje.**



Módulo 7- GESTIÓN DEL RODAJE POR PARTE DE PRODUCCIÓN (DESDE LA PREPARACIÓN DEL MISMO HASTA EL CIERRE DE LA PRODUCCIÓN)

CONTENIDO:

- **El equipo de Producción:** Funciones, estructura de trabajo y responsabilidades.
- **Organización del trabajo y distribución de tareas.**
- **Documentos generados en la pre-producción.**
- **La logística dentro de una producción.** Cómo se afronta y documentos generados.
- **Protocolos VIP con Agencia y Cliente, y Visiting Crew en el Service.**

(Continúa)



CURSO - MÓDULO 7

- El documento de la PPM.
- La visita técnica a localizaciones y la prueba de vestuario. Factores a tener en cuenta.
- El rodaje: La preparación del día anterior.
- El rodaje: Elementos a tener en cuenta por Producción en la gestión del mismo.
- El cierre de la producción: Organización de entrega de la misma.
- Productividad, Protocolos y flujo de trabajo.



Módulo 8- EL PRESUPUESTO: CONOCIMIENTO DE LOS COSTES.

CONTENIDO:

- **El desglose como primer paso.** Mecánica de elaboración y elementos a tener en cuenta.
- **¿Qué debe tener en cuenta un productor a la hora de presupuestar?** Criterios a seguir y cómo encontrar el equilibrio.
- **El diseño de producción, acorde con el presupuesto.**
- **Repaso capítulo a capítulo del presupuesto de una producción publicitaria,** según los modelos empleados en el sector profesional.
- **El control del presupuesto: actualizaciones del mismo por parte de Producción.**
- **Los presupuestos anexos.**



Módulo 9- **LA LEGISLACIÓN EN UNA PRODUCCIÓN PUBLICITARIA AUDIOVISUAL**

CONTENIDO:

- **Contratación de equipo técnico y artístico: Altas en la SS.**
- **Contratación de autónomos y empresas.** Documentación necesaria.
- **Prevención de Riesgos Laborales.** Limitaciones en rodajes con menores de edad.
- **Rodajes con animales:** Permisos y documentación necesaria.
- **Seguros:** de responsabilidad civil, material técnico, vehículos de rodaje y escena, etc

(Continúa)



CURSO - MÓDULO 9

- **Contratos:** actores, celebrities, localizaciones, etc.
- **Derechos de autor en obras artísticas que salgan en imagen** (edificios, ropa, atrezzo, etc.)
- **Derechos de personas (no actores) que se reconozcan en pantalla.**
- **Derechos musicales.**
- **Control de emisión en las televisiones:** qué debemos tener en cuenta ya desde la preparación del spot.



Módulo 10- **LA POST-PRODUCCIÓN**

CONTENIDO:

- Diferentes fases por las que pasa una producción publicitaria audiovisual una vez terminado el rodaje.
- Desarrollo de todas ellas: Sonorización, telecine, etc.
- Coordinación del trabajo de post-producción.
- Cómo influye la post-producción a la hora de afrontar el rodaje.



Fin.