

<b>CURSO</b>	:	<b>Cine Publicitario</b>
<b>DURACIÓN</b>	:	<b>32 Horas (8 o 16 Sesiones)</b>
<b>PRE – REQUISITO</b>	:	<b>Ninguno</b>

## SUMILLA

El curso introduce al estudiante hacia la narrativa audiovisual y storytelling, los conceptos introductorios a las estructuras narrativas en diferentes medios, aplicación de los elementos recurrentes en el desarrollo del guión para la realización del lenguaje narrativo, en el proceso y construcción de personajes, el viaje del héroe y sus doce pasos, conflictos del personaje, diferentes tipos de montaje para atraer al público objetivo, propiedades cinematográficas, el ABCD de la creación de anuncios. Se estudian además los distintos formatos y tendencias del mercado del cine publicitario, el storyboard y su importancia en la preproducción; conocimientos de las diferentes tendencias artísticas, estética y corrientes de pensamiento y su evolución en la historia.

Como aspectos prácticos, se abordarán proyectos complejos: Rodaje de un comercial o spot publicitario, rodaje de adaptación literaria, rodaje de un Branded Content, práctica avanzada de la dirección de actores, dirección de equipos, ensayos, talleres experimentales, prácticas tutoradas y rodajes.

Con estos contenidos se espera formar y/o consolidar la sensibilidad de los alumnos, cualidad imprescindible para lograr una comunicación empática y optimizar las relaciones interpersonales y los procesos comunicativos que se generan en los espacios de realizaciones del cine publicitario.

SES	CONTENIDO
<b>1</b>	Historia del Storytelling/ concepto y contexto en el marketing.
<b>2</b>	Elementos del Storytelling, estructura narrativa, lenguaje, ventajas aplicada a una marca.
<b>3</b>	El viaje del héroe/ los 12 pasos, tipos de personajes, conflictos y sus diferencias.
<b>Trab.</b>	Analizar una pieza audiovisual, encontrar la estructura narrativa y los tipos de personajes.
<b>4</b>	Planos, ángulos, escenas, secuencias, encuadre, profundidad de campo, foco selectivo.
<b>5</b>	Psicología del color en el Storytelling, Tipos de montaje según la duración del plano o según la totalidad del relato.
<b>6</b>	Idea, sinopsis, tratamiento, guión literario, guión técnico y plan de rodaje.
<b>Trab.</b>	Realizar un guion literario y técnico para una pieza audiovisual
<b>7</b>	Storyboard, Roles en una producción de cine publicitario.

<b>8</b>	Etapas de una producción audiovisual, Devolucion de guión para agencias y procesos dentro de un proyecto de cine publicitario.
<b>9</b>	Concepto y Definición del Branded Content.
<b>Trab.</b>	Realizar una devolución de un guion literario.
<b>10</b>	El video interactivo y su relación con el Storytelling y el Branded content/ Gamification.
<b>11</b>	Planificación y lectura de Guión para la realización del rodaje/Devolución de Guión
<b>12</b>	Grabación Spot o Comercial I
<b>Trab.</b>	Realizar una devolución de un guion literario.
<b>13</b>	Grabación Spot o Comercial II
<b>14</b>	Grabación Spot o Comercial III
<b>15</b>	Grabación Spot o Comercial IV
<b>Trab.</b>	Dirigir el personaje en escena
<b>16</b>	EXAMEN FINAL + PRESENTACIÓN DE PROYECTO FINAL

## Informes e Inscripciones

Av. Benavides 715, Miraflores

Telf: 242-6890 / 242-6747

arteydiseno@ipad.edu.pe

[ipad.pe](http://ipad.pe)