



DATOS IDENTIFICATIVOS

Producción publicitaria en la web y multimedia

Asignatura	Producción publicitaria en la web y multimedia			
Código	P04G190V01801			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Legeren Lago, Beatriz			
Profesorado	Fernandez Santiago, Luis Emilio Legeren Lago, Beatriz			
Correo-e	blegeren@uvigo.es			
Web				
Descripción general	<p>La asignatura de Diseño Publicitario para la web y multimedia está enfocada para que el alumno conozca como el avance en la tecnología ha promovido cambios en la forma en que se debe trabajar con las marcas para conseguir una mayor presencia en los nuevos medios.</p> <p>El alumnado utiliza los medios digitales como propios, pero posiblemente no conozca lo que significa diseñar un site, como estructurarlo y desarrollarlo.</p> <p>Ese el objetivo fundamental de esta asignatura. No sólo conocer la tecnología, sino saber diseñar y crear para ella.</p>			

Competencias de titulación

Código	
A4	Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios: características, tipologías y problemáticas
A7	Competencias imaginativas y conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación, en la publicidad y/o en las relaciones públicas
A12	Competencia o alfabetización digital: capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia) y para la creación en nuevos soportes
A14	Conocimiento de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación
A15	Capacidad y habilidad para establecer la planificación publicitaria fijando objetivos, definiendo públicos objetivos, planteando estrategias y controlando su gestión comunicativa
A17	Capacidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa y la reputación de una organización
A19	Destrezas investigadoras: conocimiento de las metodologías y técnicas de investigación de los agentes y entornos implicados en la comunicación
B1	Competencia interpretativa del entorno: capacidad para interpretar, analizar e interpretar el entorno económico, político, socio-cultural, tecnológico y comunicativo
B3	Capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar los conocimientos en esta disciplina
B4	Capacidad de análisis, de síntesis y de juicio crítico
B5	Capacidad de fijar objetivos relacionando causas y efectos
B6	Capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas
B8	Competencias creativas: capacidad para la creatividad, la innovación y la adaptación al cambio
B11	Capacidad de asumir el liderazgo en proyectos, gestionándolos eficientemente y asumiendo compromisos de responsabilidad social
B12	Capacidad para el trabajo en equipo a través de la comunicación oral y escrita
B13	Preparación para asumir el riesgo en la toma de decisiones
B14	Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en el ámbito de su actividad

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Conocer, entender y aplicar los diferentes modelos de negocio existentes en la actualidad para crear productos interactivos rentables.	A4	B1 B3
Conocer los diferentes perfiles profesionales con los que deberán trabajar para desarrollar un producto interactivo.	A4 A12	B8
Ser capaces de diseñar y estimar los costes para la producción de un proyecto interactivo.	A15 A17	B6 B11 B14
Gestión y manejo de bases de datos, tanto de fuentes de información, como de cualquier otro tipo de documentos útiles para la comunicación persuasiva o de entretenimiento.		B4 B5
Conocimiento y capacidad para utilizar los recursos y posibilidades específicos de los medios tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (Internet), mediante la hipertextualidad. Conocimiento de las técnicas de comunicación aplicadas a la persuasión.	A12 A14	B8
Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje persuasivo utilizando el lenguaje interactivo.	A7	B8
Habilidades para el aprendizaje autónomo, la adaptación a los cambios y la superación rutinaria mediante la creatividad.		B12 B13
Comprensión de teorías, métodos y lenguaje que se utiliza en el desarrollo de un proyecto interactivo	A12	
Capacidad para definir y desarrollar temas de investigación o creación personal innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo del proceso comunicativo o a su interpretación a través de las tecnologías interactivas	A14 A19	
Habilidad para exponer de forma adecuada (tanto para un público especializado como no especializado) los resultados de la investigación de forma oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación. Desarrollo de habilidades teórico-prácticas necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.	A19	B12
Los alumnos de esta asignatura, deberán ser capaces de diseñar un producto interactivo y además aprenderán a diferenciar los distintos tipos de productos interactivos que se pueden diseñar atendiendo al público al que van dirigidos y al soporte en el que se van a utilizar	A12	B11

Contenidos

Tema	
Tema 1: Interactividad. Qué significa y porqué importa	<input type="checkbox"/> Definición <input type="checkbox"/> Historia <input type="checkbox"/> Tipos de interactividad <input type="checkbox"/> Diferencias entre un producto interactivo y una producción convencional <input type="checkbox"/> El cambio en la autoría
Tema 2: Diseño orientado a la web. Internet y las páginas web	<input type="checkbox"/> Internet y los navegadores <input type="checkbox"/> Accesibilidad e interactividad <input type="checkbox"/> Resolución de pantalla Optimización de la web
Tema 3: Diseño orientado a la web. El lenguaje gráfico en la web	<input type="checkbox"/> El color y la tipografía en la web <input type="checkbox"/> El código HTML y las CSS <input type="checkbox"/> Java y JavaScript
Tema 4 : Diseño orientado a la web. Fases y Equipo	Fases de un proyecto Interactivo <input type="checkbox"/> El equipo. Perfiles y funciones <input type="checkbox"/> Metodologías de producción. Métodos ágiles, Metodologías estructuradas <input type="checkbox"/> Los Problemas
Tema 5 : Diseño orientado a la web. Producción	<input type="checkbox"/> Desarrollo de una estrategia de diseño web <input type="checkbox"/> Planificación y producción web <input type="checkbox"/> Posicionamiento web
Tema 6: Posicionamiento y medición de los productos publicitarios interactivos	<input type="checkbox"/> Creación de páginas en Facebook <input type="checkbox"/> Sem y Seo <input type="checkbox"/> Web Analytycs

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos de aula	15	45	60
Trabajos tutelados	7	28	35
Presentaciones/exposiciones	1	2	3
Sesión magistral	15	15	30
Pruebas de tipo test	2	20	22

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías	
	Descripción
Trabajos de aula	Con la finalidad de fomentar el aprendizaje el alumno deberá deconstruir en la presencia en la red de 2 marcas de prestigio
Trabajos tutelados	A través de la creación de grupos, el estudiante deberá diseñar la presencia en la red de 1 marca y realizará un trabajo a lo largo de todo el curso que deberá exponer al final de la asignatura
Presentaciones/exposiciones	Presentación del trabajo desarrollado por el grupo de estudiantes a lo largo de todo el curso.
Sesión magistral	Las clases teoricas proporcionarán al estudiante la posibilidad de conocer la tecnología y también las características propias de la creación de un producto interactivo.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	El estudiante contará con el apoyo del profesor a lo largo de todo el curso. Para ello se le facilitarán unas horas de tutoría en la facultad. También se le facilitará el email del docente y las normas para establecer contacto con él fuera de las horas de tutoría o de la facultad
Trabajos de aula	El estudiante contará con el apoyo del profesor a lo largo de todo el curso. Para ello se le facilitarán unas horas de tutoría en la facultad. También se le facilitará el email del docente y las normas para establecer contacto con él fuera de las horas de tutoría o de la facultad
Trabajos tutelados	El estudiante contará con el apoyo del profesor a lo largo de todo el curso. Para ello se le facilitarán unas horas de tutoría en la facultad. También se le facilitará el email del docente y las normas para establecer contacto con él fuera de las horas de tutoría o de la facultad

Evaluación

	Descripción	Calificación
Trabajos de aula	La asistencia al aula y la realización de los trabajos que desarrolle el estudiante le proporcionaran no solo un punto positivo, sino también los conocimientos para el desarrollo del trabajo tutelado	10
Trabajos tutelados	El estudiante formará un grupo con otros compañeros y creará un site y una campaña online para la presentación de un producto	40
Presentaciones/exposiciones	El estudiante deberá realizar la presentación ante sus compañeros del trabajo realizado a lo largo de todo el curso	10
Sesión magistral	Clases teóricas	10
Pruebas de tipo test	Al finalizar la materia el alumno deberá demostrar que ha adquirido los conocimientos básicos a través de un examen tipo text de 20 preguntas	30

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para aprobar la asignatura, el estudiante debe superar tanto el examen como los trabajos (individuales y en grupo).

Para poder presentarse al examen previamente habrá entregado los trabajos. Si suspendiese el examen pero los trabajos tuviesen una calificación positiva, solo debería repetir la prueba escrita. Si los trabajos fuesen de calidad deficiente deberán repetirlo.

Fuentes de información

- Anderson, Christoffer et Alt., **Mobile Media Applications □ from concept to cash**, Wiley.,
- Berners □ Lee, Tim, **Weaving the web. The past, Present and Future or the World Wide Web**, Orion Business Book,
- Burdman, Jessica, **Colaborative web development**, Addison Wesley,
- Chaleat, Philippe □Charnay, Daniel, **HTML y la programación de servidores**, Eyrolles. Ediciones gestión,
- Clement Monk, **Designing Business□ Multiple Media, Multiple disciplines.**, Adobe Press,
- England, Elaine □Finney, Andy, **Manging Multimedia**, Addison □ Wesley,
- Nielsen, Jacob, **Designing web usability**, New Riders Publishing,
- McConnell, Steve, **Software Project Survival Guide**, Microsoft Press,

