



DATOS IDENTIFICATIVOS

Diseño Web y Multimedia

Asignatura	Diseño Web y Multimedia			
Código	P04M082V01107			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Legerén Lago, Beatriz			
Profesorado	Iglesias Fuertes, Víctor Legerén Lago, Beatriz			
Correo-e	blegeren@uvigo.es			
Web	http://www.direccionarte.es			
Descripción general	La producción online como soporte expresivo propio de la producción gráfica y publicitaria.			

Competencias

Código	
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
C1	Dotar a los estudiantes de la formación e instrumentos necesarios para el desempeño competente de actividades de carácter profesional vinculadas a la creatividad publicitaria.
C8	Conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.
C13	Capacidad para concebir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria.
C16	Capacidad para adaptar un mensaje publicitario a sus distintos públicos.
C20	Habilidad lingüística para exponer de forma adecuada su trabajo académico, tanto de manera oral como escrita y/o por medios audiovisuales e informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de ciencias de la comunicación.
D2	Capacidad de trabajar de forma autónoma como creativo publicitario (en sus más diversas acepciones) una vez finalizado y superado el Curso de Postgrado.
D4	Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir los errores cometidos en el proceso creativo.
D5	Habilidad para la organización y temporalización de las tareas de cara a cumplir los plazos de entrega de los originales de acuerdo con una estrategia publicitaria determinada.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Identificar los recursos, elementos, métodos y procedimientos utilizados en todo proceso de creatividad publicitaria para soportes interactivos	A5 C8
Diseñar proyectos interactivos de forma individual, en los que establecer las fases necesarias para la creación de los mismos (Diagrama de navegación, estructura de pantallas, bocetos de interface...)	C13 D4
Formular un mensaje publicitario para los diferentes públicos a los que va dirigido.	C16
Adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los medios publicitarios.	C1 D2
Defender y exponer de forma adecuada un trabajo académico conforme a los cánones de las disciplinas de ciencias de la comunicación.	C20
Desarrollar productos interactivos para internet en base al diseño anteriormente propuesto, siguiendo la planificación formulada y aceptada.	D5

Contenidos	
Tema	
- Posibilidades expresivas de internet y los medios interactivos	- Posibilidades expresivas de internet y los medios interactivos
- Las claves del diseño web	- Las claves del diseño web
- Proceso y técnicas de creación	- Proceso y técnicas de creación
- Principales formatos	- Principales formatos
Campañas publicitarias multimedia: casos de éxito	Campañas publicitarias multimedia: casos de éxito

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos	10	20	30
Resolución de problemas de forma autónoma	8	32	40
Lección magistral	5	0	5

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

Metodologías	
	Descripción
Estudio de casos	Estudio de casos prácticos por parte del alumno en las que apliquen los conocimientos aportados en las sesiones magistrales y de análisis cada uno de ellos.
Resolución de problemas de forma autónoma	El alumno deberá realizar un trabajo práctico en el que se aplicarán los conocimientos adquiridos en la materia
Lección magistral	Explicación teórica de los contenidos de la materia

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Resolución de problemas de forma autónoma	Ejercicios propuestos a lo largo del curso.

Evaluación					
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Estudio de casos	Análisis de casos publicitarios de carácter multimedia	50	A5	C1 C8 C20	D4
Resolución de problemas de forma autónoma	Se evaluará el diseño de un producto de carácter multimedia	50		C13 C16 C20	D2 D5

Otros comentarios sobre la Evaluación

Se evaluará el diseño de un producto de información interactivo que será parte del trabajo final del alumno.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Nielsen, J, **Design Web Usability**, New Riders Publishing, 2000

Adams, Cameron, **The art Science of CSS**, Sitepoint, 2007

Beaird, j, **The principles of Beautiful web design**, Sitepoint, 2010

Lala, Rajesh, **Digital Design Essentials: 100 ways to design better desktop, web, and mobile interfaces**, Rockport, 2013

Navarro Guere, Hector, **www.Hotshops**, Montsa, 2003

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Otros comentarios

Asignatura de carácter obligatorio