



DATOS IDENTIFICATIVOS

Producción Publicitaria en Medios Interactivos

Asignatura	Producción Publicitaria en Medios Interactivos			
Código	P04M082V01204			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento				
Coordinador/a				
Profesorado	Martínez Rolán, Luís Xabier			
Correo-e				
Web	http://www.direccionarte.es			
Descripción general	Introducción al software de referencia para la elaboración de contenidos web y multimedia.			

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.
C17	Capacidad para adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los medios publicitarios.
C22	Capacidad para crear y desarrollar contenidos y proyectos innovadores que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de los lenguajes publicitarios, así como a su interpretación.
D1	Capacidad de adaptación a los cambios y nuevos entornos del mercado publicitario.
D2	Capacidad de trabajar de forma autónoma como creativo publicitario (en sus más diversas acepciones) una vez finalizado y superado el Curso de Postgrado.
D3	Capacidad para asumir riesgos temáticos e ideas innovadoras en la fase de creación y desarrollo de contenidos publicitarios para distintos medios y soportes.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Identificar y conocer los elementos necesarios en el campo del diseño y desarrollo para soportes interactivos, que permitan al estudiante el desempeño competente en el ámbito profesional de la publicidad; y permitan al futuro profesional autonomía en el aprendizaje.	A5 C1
Adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los soportes publicitarios.	C8 C17
Diseñar y desarrollar ideas de proyectos interactivo en el ámbito publicitario.	C13
Construir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces adaptados en cada momento a los cambios sociales y tecnológicos que se puedan producir.	D1 D3
Desarrollar proyectos publicitarios innovadores introduciendo las novedades tecnológicas necesarias para adaptarlos a los diferentes soportes interactivos.	C22 D2

Contenidos	
Tema	
1. Desarrollo de proyectos web con html y css	1.1. html 5 1.2. CSS
2. Desarrollo de proyectos web con WordPress	2.1. Gestión de contenidos 2.2. Añadir funcionalidades 2.3. Edición de la apariencia gráfica y maquetación de contenidos
3. Prototipado de aplicaciones móviles	3.1. Thinkable 3.2. App inventor

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Aprendizaje basado en proyectos	10	30	40
Lección magistral	10	10	20
Observación sistemática	5	10	15

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

Metodologías	
	Descripción
Aprendizaje basado en proyectos	Desarrollo de un proyecto interactivo para soportes móviles
Lección magistral	Explicación de los conceptos básicos de la materia con ejemplos prácticos, aportando material audiovisual durante las sesiones.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Aprendizaje basado en proyectos	Elaboración de propuestas tutorizadas.
Pruebas	Descripción
Observación sistemática	Observación sistemática: asistencia y participación en clase

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Aprendizaje basado en proyectos	Realización de un proyecto para soportes interactivos	85	C1 C8 C13 C17 C22	D1 D2 D3
Observación sistemática	Observación sistemática: asistencia y participación en clase	15	A5	C8 D2

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Kawasaki, Guy, **El arte del social media**, Anaya Multimedia, 2016

Lovett, John, **Social media : métricas y análisis**, Anaya Multimedia, 2012

Marquina-Arenas, Julián, **Plan social media y community manager**, UOC, 2012

Qualman, Erik, **Socialnomics : how social media transforms the way we live and do business**, Wiley & Sons, cop, 2013

Mejía Llano, Juan Carlos, **La Guía avanzada del**, Anaya Multimedia, 2015

Elósegui, Tristán, **Marketing analytics : cómo definir y medir una estrategia online**, Anaya Multimedia, 2015

Martínez-Rolán, Xabier, **Diseño de Páginas Web. WordPress para todos los públicos.**, Editorial UOC, 2019

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Otros comentarios

Materia de carácter optativo