



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	Martínez Rolán, Luís Xabier			
Profesorado	Legerén Lago, Beatriz Martínez Rolán, Luís Xabier			
Correo-e	xabier.rolan@uvigo.es			
Web	http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.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	Principales formatos
- Las claves del diseño web	Diseño de la información Diseño de la interactividad Diseño visual Diseño de la usabilidad. Diseño orientado el usuario Malas prácticas en el diseño multimedia
- Proceso y técnicas de creación	CMS Principios básicos de WordPress Creación de contenidos Portfolios digitales
- Campañas publicitarias multimedia	casos de éxito tendencias

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos	8	20	28
Trabajo tutelado	8	32	40
Lección magistral	5	0	5
Observación sistemática	2	0	2

*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.
Trabajo tutelado	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
Trabajo tutelado	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	40	A5	C1 C8 C20	D4
Trabajo tutelado	Se evaluara el diseño de un producto interactivo que será parte del trabajo final del alumno.	50		C1 C13 C16	D2 D5
Observación sistemática	Asistencia, participación proactiva y resolución de pequeños ejercicios en clase	10	A5	C20	D4

Otros comentarios sobre la Evaluación

Se evaluara el diseño de la arquitectura de la información y necesidades técnicas de un proyecto interactivo, así como su implementación formal en un espacio web, 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

Xabier Martínez Rolán, **Diseño de páginas web: WordPress para todos los públicos**, UOC, 2019

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Producción Publicitaria en Medios Interactivos/P04M082V01204

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Diseño Gráfico/P04M082V01104

Otros comentarios

Asignatura de carácter obligatorio

Plan de Contingencias

Descripción

=== MEDIDAS EXCEPCIONALES PLANIFICADAS ===

Ante la incierta e imprevisible evolución de la alerta sanitaria provocada por la COVID- 19, la Universidad establece una planificación extraordinaria que se activará en el momento en que las administraciones y la propia institución lo determinen atendiendo a criterios de seguridad, salud y responsabilidad, y garantizando la docencia en un escenario no presencial o no totalmente presencial. Estas medidas ya planificadas garantizan, en el momento que sea preceptivo, el desarrollo de la docencia de una manera mas ágil y eficaz al ser conocido de antemano (o con una amplia antelación) por el alumnado y el profesorado a través de la herramienta normalizada e institucionalizada de las guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DE Las METODOLOGÍAS ===

Se mantienen todas, ya que se pueden llevar a cabo a través del campus remoto, tanto de manera síncrona como de manera asíncrona.

* Mecanismo no presencial de atención al alumnado (tutorías)

Los alumnos pueden concertar y asistir la tutorías a través de Faitic y de las salas de profesorado del Campus Remoto

=== ADAPTACIÓN DE La EVALUACIÓN ===

En el caso de suspensión de clases, la observación sistemática (10%) se anula y la nota del trabajo y estudios de caso (50% y 40%) pasa a computar el 100% de la materia. Se mantienen las puntuaciones, con independencia de se se realizó o no la prueba en el momento de la suspensión, y al final se pondera ese 90% para poder conseguir el 100% mediante una regla de tres.
