



DATOS IDENTIFICATIVOS

Prácticas académicas externas

Asignatura	Prácticas académicas externas			
Código	P04M082V11217			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua Impartición	#EnglishFriendly Castellano Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	López de Aguieta Clemente, Carmen			
Profesorado	López de Aguieta Clemente, Carmen			
Correo-e	caguileta@uvigo.es			
Web	http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es			
Descripción general	Prácticas obligatorias en empresas			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
B1	Capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
B2	Capacidad de tomar decisiones fundamentadas y resolver problemas en contextos profesionales en relación con el ámbito de la comunicación publicitaria y los procesos creativos.
B3	Capacidad de liderar equipos y proyectos en cualquier proceso del ámbito de la comunicación, la publicidad y el diseño
B4	Capacidad de trabajar en un equipo interdisciplinar.
B5	Capacidad de gestionar la información (identificar, seleccionar, contextualizar, analizar y comunicar) e integrar conocimientos en relación con los entornos publicitarios y de diseño.
B6	Capacidad para diseñar y gestionar proyectos complejos en el ámbito de la Publicidad y el Diseño.
C1	Dominio de los conocimientos e instrumentos necesarios para el desempeño competente, autónomo o colaborativo, de las actividades de carácter profesional vinculadas a la creatividad publicitaria
C3	Fomentar la capacidad analítica, crítica y reflexiva en relación la creatividad publicitaria, con un conocimiento teórico, técnico y estético sobre los orígenes, el panorama actual y las nuevas tendencias de la dirección de arte en publicidad.
C6	Conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico, identificando los recursos, elementos y métodos utilizados.
C8	Conocimientos básicos para situar la actividad publicitaria en un contexto de competencia local, nacional e internacional, incidiendo en la importancia de las técnicas creativas como un activo publicitario diferencial.
C9	Capacidad para crear y desarrollar ideas de proyectos en el ámbito publicitario que se adapten adecuadamente a los posibles cambios o a los nuevos entornos del mercado.
C14	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 previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
El alumno/a pondrá en práctica los conocimientos adquiridos durante el Máster incidiendo en la aplicación práctica de los mismos.	A2 A3
Entre los conocimientos adquiridos se pueden encontrar:	A4
- Crear y desarrollar ideas de proyectos en el ámbito publicitario.	B1
- Concebir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria.	B2
- Escribir textos publicitarios con fluidez, y adecuación a las necesidades creativas de un mensaje.	B3
- Adaptarse a las exigencias creativas de los clientes que requieren la contratación de un servicio publicitario.	B4 B5
- Adaptar un mensaje publicitario a sus distintos públicos.	B6
- Adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los medios publicitarios.	C1 C3
- Coordinar equipos y liderar la creación de campañas publicitarias desde el punto de vista creativo.	C6 C8 C9 C14
Como resultado del aprendizaje y adquisición de habilidades el alumno debe;	
- Dominar las herramientas de trabajo para, de forma autónoma, ejercer como creativo publicitario (en sus más diversas acepciones) una vez finalizado y superado el Curso de Postgrado.	
- Asumir riesgos temáticos e ideas innovadoras en la fase de creación y desarrollo de contenidos publicitarios para distintos medios y soportes.	
- Sistematizar la autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir los errores cometidos en el proceso creativo.	
- Organizar y calendarizar las tareas de cara a cumplir los plazos de entrega de los originales de acuerdo con una estrategia publicitaria determinada.	

Contenidos

Tema	
Realización de prácticas como directores de arte, creativos publicitarios, diseñadores, etc., en departamentos de arte de agencias, productoras publicitarias, consultoras, y cualquier otra empresa, preferentemente del sector, que precisen de los conocimientos de un director de arte e imagen y de comunicación, proporcionando el contacto directo con el mundo profesional y profesionales especialistas.	Participación en período de prácticas de los alumnos en distintas empresas de diferente índole que requieran el perfil del alumnado del máster
	Finalizadas éstas, el Coordinador/a de la materia recibirá un informe detallado acerca de las actividades realizadas por el alumno o la alumna.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticum, Practicas externas y clínicas	0	150	150

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

Metodologías

	Descripción
Prácticum, Practicas externas y clínicas	Prácticas obligatorias en las empresas del sector y entrega de una memoria final La normativa de las prácticas académicas externas se encuentra publicada en la página web del máster (http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es/gl/)

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticum, Practicas externas y clínicas	Tutorización por parte del responsable de la empresa en la que se llevan a cabo las prácticas académicas externas, así como seguimiento por parte del coordinador/a de la materia

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Prácticum, Practicas externas y clínicas	Ejecución del periodo de prácticas académicas en la empresa y entrega de una memoria de las prácticas firmada por el tutor o tutora de la empresa	100	

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Creación publicitaria para medios audiovisuales/P04M082V11119

Creatividad y mensaje publicitario/P04M082V11115

Dirección y gestión publicitaria/P04M082V11112

Diseño gráfico/P04M082V11116

Diseño para medios digitales/P04M082V11117

Diseño y producción para nuevas tendencias en comunicación/P04M082V11211

Fotografía publicitaria/P04M082V11118

Planificación estratégica/P04M082V11114

Tendencias del sector/P04M082V11113

Teorías del diseño y la creatividad/P04M082V11111

Otros comentarios

Trabajo obligatorio para la consecución de la titulación

Se requiere haber cursado las materias obligatorias previamente. En algunos casos, la realización de las prácticas profesionales se podrán compatibilizar con la realización de alguna de las materias optativas.
