



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Proyectos: creación y presentación

Asignatura	Proyectos: creación y presentación			
Código	P04M082V11212			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	2c
Lengua Impartición	#EnglishFriendly Castellano Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	García Mirón, Silvia			
Profesorado	Badenes Plá, Vicente García Mirón, Silvia Garnil Rodríguez, Alberto Gulías Piñeiro, Camilo Varela Díaz, Miguel Anxo Varela González, Javier			
Correo-e	silviamiron@uvigo.es			
Web	<a href="http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es">http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es</a>			
Descripción general	La materia se compone de diversos talleres que se complementan en torno al diseño y gestión de proyectos, tanto de marca personal (incluyendo claves para el emprendimiento) como ajenos. A ello se suma el acercamiento de diversas herramientas para su presentación y puesta en valor (entrevistas, la defensa de ideas, herramientas visuales de apoyo a través del uso de la caligrafía o la ilustración, etc.).			

## 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.			
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.			
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.			
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			
C5	Capacidad para identificar las nuevas tendencias vinculadas a la publicidad y la comunicación mediante el empleo de herramientas y bases de datos específicas.			
C13	Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir los errores cometidos en el proceso creativo.			
C15	Capacidad de crear y desarrollar marcas personales adaptándolas a distintos medios y formatos			
D2	Capacidad para comunicarse por oral e por escrito en lengua gallega.			
D4	Adaptarse a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales			

## Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
------------------------------------	---

Conocer y desarrollar capacidades para organizar y gestionar proyectos.	A2 B2 B6 C1 D4
Conocer con un carácter teórico-práctico cómo abordar el desarrollo de un proyecto de emprendimiento, identificando las fases en las que se estructura.	B2 B6
Conocer el desarrollo de la creación y gestión de una marca personal y su aplicación a distintos soportes.	C5 C13 C15
Elaboración y organización de un portfolio personal.	A2 B6 C15
Conocer las herramientas y recursos para la elaboración de presentaciones creativas eficaces.	A4 D2
Conocer y poner en práctica distintas metodologías de presentación orales de ideas y proyectos.	A2 A4 D2

## Contenidos

Tema	
1. Creación y gestión de proyectos personales.	1.1. Claves para el emprendimiento 1.2. Creatividad e innovación para el emprendimiento y autoempleo
2. Diseño, planificación y gestión de un portfolio personal.	2.1. El portfolio personal como clave para la puesta en valor de la marca personal 2.2. Cómo presentar y gestionar un portfolio personal 2.3. Casos de éxito
3. Presentación de ideas y proyectos: planificación y metodologías.	3.1. La narrativa en la presentación de ideas 3.2. Metodologías de presentación y/o defensa de ideas 3.3. Claves para una presentación eficaz: comunicación verbal y no verbal.
4. Caligrafía, packaging y otras propuestas aplicadas al diseño	4.1. Concept board: definición y usos 4.2. La caligrafía y la tipografía como herramientas creativas 4.3. El packaging como herramienta de comunicación. 4.4. La sostenibilidad aplicada al diseño

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Talleres	10	15	25
Observación sistemática	10	0	10
Portafolio/dossier	3	9	12
Portafolio/dossier	1	9	10
Portafolio/dossier	1	8	9
Portafolio/dossier	1	8	9

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

## Metodologías

	Descripción
Talleres	La materia se compone de varios talleres que dan forma a la materia, centrada en aprender a gestionar una marca personal, saber vender proyectos e ideas y conocer las herramientas para poner en marcha proyectos personales. Estos talleres están formados por caligrafía, packaging, emprendimiento, presentaciones, venta de ideas, portfolio y sostenibilidad y diseño.

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Talleres	Los distintos talleres se desarrollan de forma presencial en el aula y se ofrece un seguimiento de sus contenidos y ejercicios prácticos en forma de tutorización tanto presencial como online.

## Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Observación sistemática	Se valora la asistencia y participación en el aula	20	A2		
Portafolio/dossier	Práctica 1	20	B6	C5 C13 C15	D4

Portafolio/dossier	Práctica 2	20	B6	C5 C13 C15	D4
Portafolio/dossier	Práctica 3	20	B6	C5 C13 C15	D4
Portafolio/dossier	Práctica 4	20	B6	C5 C13 C15	

### Otros comentarios sobre la Evaluación

#### INDICACIONES SOBRE EL SISTEMA DE EVALUACIÓN CONTÍNUA

##### Prácticas y porcentaje de valoración

La materia se estructura en varios talleres. Las prácticas elaboradas en estos talleres conforman el 80% de la nota. El 20% se formula con la asistencia a los distintos talleres (observación sistemática).

P1. Práctica 1. Valoración del 20% sobre el total de la nota. La información sobre las tareas a realizar, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán explicadas presencialmente en el aula y/o a través de la plataforma Moovi.

P2. Práctica 3. Valoración del 20% sobre el total de la nota. La información sobre las tareas a realizar, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán explicadas presencialmente en el aula y/o a través de la plataforma Moovi.

P3. Práctica 3. Valoración del 20% sobre el total de la nota. La información sobre las tareas a realizar, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán explicadas presencialmente en el aula y/o a través de la plataforma Moovi.

P4. Práctica 4. Valoración del 20% sobre el total de la nota. La información sobre las tareas a realizar, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán explicadas presencialmente en el aula y/o a través de la plataforma Moovi.

A1. Asistencia a las sesiones en el aula. Valoración del 20% sobre el total de la nota. En todas las sesiones de la asignatura se tomará nota de los miembros asistentes (Hoja de firmas indicando nombre, DNI y firma). Esta será la evidencia para demostrar la asistencia y la única vía para optar al 20% de valoración.

$P1(20\%) + P2(20\%) + P3(20\%) + P4(20\%) + A1(20\%) = 100\%$  de la nota

#### SEGUNDA OPORTUNIDAD. BREVE DESCRIPCIÓN

La/os estudiantes que cursen evaluación continua deberán superar en segunda convocatoria todas aquellas metodologías o pruebas que no superaran en primera convocatoria.

A efectos de coordinar la segunda oportunidad, el alumnado deberá contactar con el docente responsable de la memoria, quien establecerá las pruebas pertinentes bien sea en Moovi, o de forma presencial durante la fecha establecida y aprobada en Junta de Facultad.

Las condiciones de segunda oportunidad descritas aquí se aplican para el resto de sucesivas convocatorias.

#### INDICACIONES SOBRE EL SISTEMA DE EVALUACIÓN GLOBAL

El sistema de evaluación por defecto de la Universidad de Vigo es el sistema de evaluación continua. Aquellos alumnos que opten por el sistema de evaluación global deberán seguir las siguientes pautas.

Pautas formales imprescindibles previas a la evaluación:

El alumnado deberá informar al docente de su renuncia expresa al sistema de evaluación continua en el plazo establecido por el centro, adjuntando cubierto y firmado el documento habilitado para tal fin.

Pautas el día de la evaluación:

La prueba de evaluación global se realizará en la fecha y horarios previstos por el centro en el calendario de exámenes oficial y evaluará de forma sistemática todas las metodologías y pruebas establecidas en la guía docente. El estudiante deberá superar todas y cada una de las pruebas de evaluación previstas obteniendo una cualificación mínima de 5 puntos en cada una de ellas.

##### Prácticas y porcentaje de valoración

P1. Práctica 1. Valoración del 25% sobre el total de la nota. La información sobre las tareas a realizar, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán explicadas presencialmente en el aula y/o a través de la plataforma Moovi.

P2. Práctica 3. Valoración del 25% sobre el total de la nota. La información sobre las tareas a realizar, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán explicadas presencialmente en el aula y/o a través de la plataforma Moovi.

P3. Práctica 3. Valoración del 25% sobre el total de la nota. La información sobre las tareas a realizar, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán explicadas presencialmente en el aula y/o a través de la plataforma Moovi.

P4. Práctica 4. Valoración del 25% sobre el total de la nota. La información sobre las tareas a realizar, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán explicadas presencialmente en el aula y/o a través de la plataforma Moovi.

$P1(25\%) + P2(25\%) + P3(25\%) + P4(25\%) = 100\%$  de la nota

La información sobre las pruebas de evaluación, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán detalladas a través de la plataforma Moovi. Es responsabilidad del alumno/a estar atento a la información subida y recopilar la información específica y complementaria que sea precisa para superar la materia.

#### Otros aspectos a tener en cuenta

Esta materia se imparte en régimen PRESENCIAL por lo que es un deber de los estudiantes asistir a las sesiones docentes en

el horario establecido por el centro.

Como ya se ha indicado al explicar el sistema de evaluación continua, en todas las sesiones se tomará nota de los miembros asistentes (Hoja de firmas indicando nombre, DNI y firma).

La presente normativa es aplicable a todos los alumnos y alumnas matriculados en esta materia SIN EXCEPCIÓN

La guía docente presenta el planteamiento general de la asignatura. Por motivos de extensión y ante la imposibilidad de subir documentación complementaria en la plataforma Docnet, los detalles más concretos sobre el sistema de evaluación global se gestionarán en tiempo y forma a través de la plataforma Moovi.

Para todo lo no contemplado y/o detallado de forma expresa en esta guía, se tomará como referencia las indicaciones del Reglamento sobre a avaliación, a calificación e a calidade da docencia e do proceso de aprendizaxe do estudantado (Aprobado no claustro do 18 de abril de 2023). Disponible en:

<https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/normativa/public/show/565>

---

## **Fuentes de información**

### **Bibliografía Básica**

Mono, **Identidad corporativa. De brief a la solución final**, Gustavo Gili., 2004

Hyland, A./King, E., **Cultura e identidade. El arte de las marcas**, Blume., 2006

Aaker, D., **Construir marcas poderosas**, Gestión 2000, 2002

Álvarez Marañón, G., **El arte de presentar : cómo planificar, estructurar, diseñar y exponer presentaciones**, Gestión 2000, 2020

### **Bibliografía Complementaria**

Nguyen, Kenny, **Presentaciones memorables : crea experiencias únicas que cautiven a tu audiencia**, Empresa Activa,, 2017

García Carbonell, R., **Presentaciones efectivas en público : ideas, proyectos, informes, planes, objetivos, ponencias, comunicaciones**, Edaf, 2013

Ríos Nouveau, R., **Manual de presentaciones efectivas**, Editorial Emprenden, 2012

Estulín, D., **Cómo realizar con éxito presentaciones en público**, Grupo Negocios de Ediciones y Publicaciones : La G, 2004

Harris, D., **Directorio de caligrafía : 100 alfabetos completos y cómo caligrafiarlos**, Acanto, 2004

Martin, J., **Guía completa de caligrafía : técnicas y materiales**, Hermann Blume, 1996

**Trabajo autónomo y fomento del emprendimiento : mitos y realidades**, Bomarte, 2006

---

## **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 y producción para nuevas tendencias en comunicación/P04M082V11211

Fotografía publicitaria/P04M082V11118

Planificación estratégica/P04M082V11114

Tendencias del sector/P04M082V11113