



IDENTIFYING DATA

(*)Traballo de Fin de Máster

Subject	(*)Traballo de Fin de Máster			
Code	P04M082V11218			
Study programme	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	12	Mandatory	1st	2nd
Teaching language	#EnglishFriendly Spanish Galician			
Department				
Coordinator	Molares Cardoso, Julinda			
Lecturers	Molares Cardoso, Julinda			
E-mail	jmolares@uvigo.es			
Web	http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es			
General description	The Master's Thesis is part of the curriculum of the Master's Degree in Art Direction in Advertising and is equivalent to 12 ECTS credits scheduled in the second semester of the academic year of the degree program. The development of the Master's Thesis is regulated by the Regulation for the completion of the Bachelor's Thesis and Master's Thesis of the Faculty of Social Sciences and Communication.			

Its main objective is to carry out the creative direction of an advertising campaign or the practical proposal of a project related to the competencies of the master's degree.

Training and Learning Results

Code	
A1	(*)Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
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	
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.
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.
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.
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
C2	Capacidad para construir y planificar discursos propios de la comunicación publicitaria para la elaboración de campañas comunicativas, adecuando las estrategias y los mensajes a los objetivos establecidos y a los diferentes públicos.
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.
C4	Conocimiento de la historia y las diferentes teorías del diseño y 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.
C6	Conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico, identificando los recursos, elementos y métodos utilizados.

- C7 Capacidad teórico-práctica para la creación, elaboración y desarrollo de un original publicitario en el marco de una estrategia corporativa global que se adapten adecuadamente a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los canales de difusión.
- 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.
- C10 Capacidad para concebir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria, orientados a distintos medios y soportes y en función de los públicos designados.
- C11 Capacidad para producir mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria.
- C12 Capacidad para escribir textos publicitarios con fluidez y adecuación a las necesidades creativas de un mensaje, aplicando las características y peculiaridades del lenguaje publicitario.
- C13 Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir los errores cometidos en el proceso creativo.
- 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.
- C15 Capacidad de crear y desarrollar marcas personales adaptándolas a distintos medios y formatos
- C16 Conocer las técnicas para el diseño y desarrollo de proyectos multimedia interactivos
- D1 (*)Capacidad para comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.
- D2 (*)Capacidad para comunicarse por oral e por escrito en lengua gallega.
- D3 (*)Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos.
- D4 (*)Adaptarse a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales

Expected results from this subject

Expected results from this subject	Training and Learning Results
The student will demonstrate a complete mastery of the contents of the Master's degree and their ability to apply them to real cases.	A1 A2 A3
In addition to emphasizing specific creative skills, they will be able to link these skills to concrete strategic plans and designated target audiences.	A4 A5 B1
Likewise, they will be able to seamlessly execute the advertising pieces created or give the relevant instructions for their realization.	B2 B5 B6 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C9 C10 C11 C12 C13 C14 C15 C16 D1 D2 D3 D4

Contents

Topic	
Realisation of a project that include all the necessary data for his presentation in a professional context.	Make project
Development of a communication strategy suitable to the needs of a (real or fictitious) client, properly contextualizing the reality of the sector and market it is addressed to, as well as the target audience it is aimed at.	Develop strategy

Define and make a creative proposal of a coherent advertising campaign with the rest of the project.	Define creative proposal
Execution and adaptation of the pieces and advertising elements posed in the project to distinct surroundings and applications.	Execution and adaptation to distinct surroundings
Oral exhibition of the work in accordance with the professional criteria established in the professional sector.	Exhibition and defence

Planning			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Presentation	0.5	9.5	10
Project based learning	9	280	289
Project	1	0	1

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
	Description
Presentation	The student will carry out a supervised work, which will be presented at the end of the course, within the dates established for this purpose before a tribunal, for a previously established maximum time (approximately 15 minutes). During the presentation, the main results achieved in the development of the Master's Thesis will be addressed and explained.
Project based learning	Creative and artistic direction of a project of practical character related with the competitions of the Máster by means of the utilisation of contents and functions of the direction of art in advertising

Personalized assistance	
Methodologies	Description
Project based learning	Personalised attention by part of the tutor/to for the approach and follow-up of the work. The allocation of the tutor/to for the direction of the project will carry out to finals of year (between the months of October and December). The development is regulated by the Regulation for the realisation of the Work End of Degree and Work of End of Máster of the Faculty of Social Sciences and of the Communication. More information on the RULE in the web page of the máster: http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es/informacion/normativa-e-formularios/ Also it is in the matter TFM lodged in the platform of Moovi

Assessment			
	Description	Qualification	Training and Learning Results
Presentation	The evaluation of the TFM will be responsibility of a court evaluador integrated by three professors/ace that give teaching in the máster.	20	
Project based learning	Development and presentation of a final project of máster	40	
	The Court will evaluate the result and the exhibition of the work, as well as the learning and acquisition of competitions and knowledges, issuing a numerical qualification of 0 to 10, according to the Royal decree 1125/2003.		
Project	Development and presentation of a final project of máster	40	
	The Court will evaluate the result and the exhibition of the work, as well as the learning and acquisition of competitions and knowledges, issuing a numerical qualification of 0 to 10, according to the Royal decree 1125/2003.		

Other comments on the Evaluation

The Master's Thesis can be defended in the first call (whose request will be made in May and the defense in June), or in the extraordinary call of July.

The presentation will be carried out by the student in a public session on the date and time assigned by the coordination in accordance with the academic calendar approved by the faculty board. The student will present a summary of their Master's Thesis proposal within a maximum time established by the tribunal and previously communicated (approximately 15 minutes). Subsequently, the members of the evaluating tribunal will make the relevant observations and considerations. In

any case, the defense session cannot exceed 30 minutes per thesis.

After the public presentation of the Master's Thesis, the evaluating tribunal will deliberate on the grade, taking into consideration the report issued by the academic tutor, the quality and content of the Master's Thesis, as well as the presentation itself, particularly the clarity of the presentation and the ability to debate and defend arguments of the student.

As established in the guidelines of the University of Vigo, the academic tutor of the Master's Thesis may be present with a voice in the deliberations of the tribunal, but it must be ensured that the tribunal makes the final grade in a closed session.

Sources of information

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

Recommendations

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Internships/P04M082V11217

Subjects that it is recommended to have taken before

(*) Creación publicitaria para medios audiovisuais/P04M082V11119

(*) Creatividade e mensaxe publicitaria/P04M082V11115

(*) Dirección e xestión publicitaria/P04M082V11112

(*) Deseño gráfico/P04M082V11116

(*) Deseño para medios dixitais/P04M082V11117

(*) Deseño e produción para novas tendencias en comunicación/P04M082V11211

(*) Fotografía publicitaria/P04M082V11118

(*) Produción para medios audiovisuais/P04M082V11214

(*) Produción para medios gráficos/P04M082V11213

(*) Teorías do deseño e a creatividade/P04M082V11111
