



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Execución, Tratamento Fotográfico e Artefinalismo

Materia	Execución, Tratamento Fotográfico e Artefinalismo			
Código	P04M082V01109			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición				
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Gutierrez Gonzalez, Pedro Pablo			
Profesorado	Gutierrez Gonzalez, Pedro Pablo			
Correo-e	pablogtz@uvigo.es			
Web	<a href="http://www.direccionarte.es">http://www.direccionarte.es</a>			
Descrición xeral	Adecuada entrega y envío de materiales para su emisión publicación o emisión.			

## Competencias de titulación

Código	
A7	Coñecemento da dirección de arte en publicidade como unha disciplina profesional autónoma.
A8	Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.
A9	Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.
A10	Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.
A15	Capacidade de adaptarse ás esixencias creativas dos clientes que requiren a contratación dun servizo publicitario.
A17	Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.
A19	Capacidade para coordinar equipos e liderar a creación de campañas publicitarias desde o punto de vista creativo.
A22	Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación.
B1	Capacidade de adaptación aos cambios e novos medios do mercado publicitario.
B3	Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.
B5	Habilidade para a organización e temporalización das tarefas de cara a cumprir os prazos de entrega dos orixinais de acordo cunha estratexia publicitaria determinada.

## Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe
---------------------------------	-----------	---------------------------------------

(*)- Conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico saber como práctico.	A7 A8 A9 A10
- Conocimiento e identificación de recursos, elementos, métodos y procedimientos utilizados en todo proceso de creatividad publicitaria.	
- Capacidad teórico-práctica en la creación, elaboración y desarrollo de un original publicitario en el marco de una estrategia corporativa global.	
- 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.	
(*)- Capacidad de adaptarse a las exigencias creativas de los clientes que requieren la contratación de un servicio publicitario.	saber hacer A15 A17 A19 A22
- Capacidad para adaptar un mensaje publicitario a sus distintos públicos.	
- Capacidad para adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los medios publicitarios.	
- Capacidad para coordinar equipos y liderar la creación de campañas publicitarias desde el punto de vista creativo.	
(*)- Capacidad de adaptación a los cambios y nuevos entornos del mercado publicitario. Saber estar / ser	B1 B3 B5
- Capacidad de trabajar de forma autónoma como creativo publicitario (en sus más diversas acepciones) una vez finalizado y superado el Curso de Postgrado.	
- Capacidad para asumir riesgos temáticos e ideas innovadoras en la fase de creación y desarrollo de contenidos publicitarios para distintos medios y soportes.	
- 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.	

## Contidos

### Tema

(*)- Arte final y acabado de las piezas publicitarias	(*)- Arte final y acabado de las piezas publicitarias
(*)- Arte final y acabado de las piezas publicitarias	(*)- Arte final y acabado de las piezas publicitarias
(*)- Las adaptaciones	(*)- Las adaptaciones
(*)- Preimpresión y envío de materiales a imprenta	(*)- Preimpresión y envío de materiales a imprenta
(*)- El color	(*)- El color

## Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos/análises de situacións	5	50	55
Presentacións/exposicións	2	2	4
Debates	2	4	6
Sesión maxistral	5	5	10

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

## Metodoloxía docente

	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	Estudio de casos prácticos por parte do alumnado nas que apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistrals e de análise de cada un deles.
Presentacións/exposición	Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que teñen elaborado neste módulo.
Debates	Debate sobre contidos da materia tomando en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas.
Sesión maxistral	Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.

## Atención personalizada

<b>Metodoloxías</b>	<b>Descrición</b>
Presentacións/exposicións	O profesor realizará sesións de titorías presenciais e online, así como traballo previo a cada unha das exposicións, a fin de completar o seu portafolio persoal.

<b>Avaliación</b>		
	Descrición	Cualificación
Presentacións/exposicións	Exposición do traballo final do módulo.	15
Debates	Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate.	15
Sesión maxistral	Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega trala impartición do módulo.	70

---

**Outros comentarios sobre a Avaliación**

---



---

**Bibliografía. Fontes de información**

---



---

**Recomendacións**

---