



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Producción Publicitaria en Medios Convencionais

Materia	Producción Publicitaria en Medios Convencionais			
Código	P04M082V01202			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OP	1	2c
Lingua de impartición				
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo			
Coordinador/a	Ruas Araujo, Jose			
Profesorado	Conde González, Jaime Antonio Ruas Araujo, Jose			
Correo-e				
Web	<a href="http://www.direccionarte.es">http://www.direccionarte.es</a>			
Descrición xeral	Técnicas creativas utilizadas en los medios de comunicación convencionales.			

## Competencias de titulación

Código	
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.
A11	Coñecementos básicos para situar a actividade publicitaria nun contexto de competencia local, nacional e internacional, incidindo na importancia das técnicas creativas como un activo publicitario diferencial.
A12	Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.
A13	Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.
A14	Capacidade para escribir textos publicitarios con fluidez, e adecuación ás necesidades creativas dunha mensaxe.
A15	Capacidade de adaptarse ás esixencias creativas dos clientes que requiren a contratación dun servizo publicitario.
A16	Capacidade para adaptar unha mensaxe publicitaria aos seus distintos públicos.
A17	Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.
A18	Capacidade para analizar campañas publicitarias desde un punto de vista crítico, atendendo aos parámetros básicos da análise creativa publicitario, considerando as mensaxes icónicas como textos e produtos das condicións sociopolíticas e culturais dunha época histórica determinada.
B3	Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.

## 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 como práctico.		A8 A9 A10 A11
- 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 y habilidad para crear y desarrollar ideas de proyectos en el ámbito publicitario.	saber hacer	A12 A13 A15
- Capacidad para concebir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria.		A16 A17 A18
- Capacidad de adaptarse a las exigencias creativas de los clientes que requieren la contratación de un servicio publicitario.		
- 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 escribir textos publicitarios con fluidez, y adecuación a las necesidades creativas de un mensaje.	saber hacer	A14 A15
- Capacidad de adaptarse a las exigencias creativas de los clientes que requieren la contratación de un servicio publicitario.		
(*)- Capacidad para asumir riesgos temáticos e ideas innovadoras en la fase de creación y desarrollo de contenidos publicitarios para distintos medios y soportes.	Saber estar / ser	B3

## Contidos

### Tema

(*)- Medios convencionales como difusores de los mensajes publicitarios	(*)- Medios convencionales como difusores de los mensajes publicitarios
(*)- Taller de producción publicitaria gráfica para medios convencionales	(*)- Taller de producción publicitaria gráfica para medios convencionales

## Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Debates	2	4	6
Estudo de casos/análises de situacións	5	50	55
Presentacións/exposicións	2	2	4
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
Debates	Debate sobre contidos da materia tomando en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas.
Estudo de casos/análises de situacións	Estudio de casos prácticos por parte do alumnado nas que apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistras e de análise de cada un deles.
Presentacións/exposición	Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que teñen elaborado neste módulo.
Sesión maxistral	Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.

## Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
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
Debates	Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate.	15
Presentacións/exposicións	Exposición do traballo final do módulo.	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**

---