



DATOS IDENTIFICATIVOS

Publicidade Alternativa

Materia	Publicidade Alternativa			
Código	P04M082V01206			
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			
Coordinador/a	Blanco Gonzalez, Felix			
Profesorado	Blanco Gonzalez, Felix			
Correo-e	felixblanco@uvigo.es			
Web	http://www.direccionarte.es			
Descrición	Street marketing y publicidad de guerrilla xeral			

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.
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.
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.
A23	Capacidade para percibir criticamente a sucesión de tendencias creativas que ofrece o universo publicitario que nos rodea, onde as historias e os relatos son froito dunha sociedade determinada, produto dunhas condicións sociopolíticas e culturais dunha época histórica concreta.
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
(*)	saber	A8
(*)	saber	A9
(*)	saber	A10
(*)	saber	A11
(*)	saber facer	A12
(*)	saber facer	A13
(*)	saber facer	A16
(*)	saber facer	A17

(*)	saber facer	A22
(*)	saber facer	A23
(*)	Saber estar / ser	B3

Contidos

Tema	
(*)Street marketing	(*)Street marketing
(*)Publicidad de guerrilla	(*)Publicidad de guerrilla

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Presentacións/exposicións	2	2	4
Debates	2	4	6
Estudo de casos/análises de situacións	5	50	55
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
Presentacións/exposicións	Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que teñen elaborado neste módulo.
Debates	Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate.
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.
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 tutorías presenciais e online, así como traballo previo a cada unha das exposicións, a fin de completar o seu portafolio persoal.

Avaliación

	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