



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Producción publicitaria na web e multimedia

Materia	Producción publicitaria na web e multimedia			
Código	P04G190V01801			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	4	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Legeren Lago, Beatriz			
Profesorado	Fernandez Santiago, Luis Emilio Legeren Lago, Beatriz			
Correo-e	blegeren@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	<p>(*)La asignatura de Diseño Publicitario para la web y multimedia está enfocada para que el alumno conozca como el avance en la tecnología ha promovido cambios en la forma en que se debe trabajar con las marcas para conseguir una mayor presencia en los nuevos medios.</p> <p>El alumnado utiliza los medios digitales como propios, pero posiblemente no conozca lo que significa diseñar un site, como estructurarlo y desarrollarlo.</p> <p>Ese el objetivo fundamental de esta asignatura. No sólo conocer la tecnología, sino saber diseñar y crear para ella.</p>			

## Competencias de titulación

Código	
A4	Coñecemento da estrutura dos medios publicitarios: características, tipoloxías e problemáticas
A7	Competencias imaxinativas e coñecemento dos métodos do pensamento creador e a súa aplicación no proceso de comunicación, na publicidade e/ou nas relacións públicas
A12	Competencia ou alfabetización dixital: capacidade e habilidade para utilizar as tecnoloxías e técnicas comunicativas, nos distintos medios ou sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia) e para a creación en novos soportes
A14	Coñecemento das estratexias e procesos encamiñados á creación e realización de mensaxes publicitarias nos distintos soportes e medios de comunicación
A15	Capacidade e habilidade para establecer a planificación publicitaria fixando obxectivos, definindo público obxectivo, suscitando estratexias e controlando a súa xestión comunicativa
A17	Capacidade para exercer como expertos na xestión estratéxica da imaxe corporativa e a reputación dunha organización
A19	Destrezas investigadoras: coñecemento das metodoloxías e técnicas de investigación dos axentes e entornos implicados na comunicación
B1	Competencia interpretativa do entorno: capacidade para interpretar, analizar e interpretar o entorno económico, político, socio-cultural, tecnolóxico e comunicativo
B3	Capacidade de analizar os elementos da comunicación e xerar os coñecementos nesta disciplina
B4	Capacidade de análise, de síntese e de xuízo crítico
B5	Capacidade de fixar obxectivos relacionando causas e efectos
B6	Capacidade para administrar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas
B8	Competencias creativas: capacidade para a creatividade, a innovación e a adaptación ao cambio
B11	Capacidade de asumir o liderado en proxectos, xeríndoos eficientemente e asumindo compromisos de responsabilidade social
B12	Capacidade para o traballo en equipo a través da comunicación oral e escrita
B13	Preparación para asumir o risco na toma de decisións
B14	Capacidade para a xestión económica e orzamentaria no ámbito da súa actividade

<b>Competencias de materia</b>		
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
(*)Capacidad crítica, analítica y reflexiva respecto al hecho comunicativo.	A4	B1 B3
(*)Conocer los diferentes perfiles profesionales con los que deberán trabajar para desarrollar un producto interactivo.	A4 A12	B8
(*)Ser capaces de diseñar y estimar los costes para la producción de un proyecto interactivo.	A15 A17	B6 B11 B14
(*)Gestión y manejo de bases de datos, tanto de fuentes de información, como de cualquier otro tipo de documentos útiles para la comunicación persuasiva o de entretenimiento.		B4 B5
(*)Conocimiento y capacidad para utilizar los recursos y posibilidades específicos de los medios tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (Internet), mediante la hipertextualidad. Conocimiento de las técnicas de comunicación aplicadas a la persuasión.	A12 A14	B8
(*)Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje persuasivo utilizando el lenguaje interactivo.	A7	B8
(*)Habilidades para el aprendizaje autónomo, la adaptación a los cambios y la superación rutinaria mediante la creatividad.		B12 B13
(*)Comprensión de teorías, métodos y lenguaje que se utiliza en el desarrollo de un proyecto interactivo	A12	
(*)Capacidad para definir y desarrollar temas de investigación o creación personal innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo del proceso comunicativo o a su interpretación a través de las tecnologías interactivas	A14 A19	
(*)Habilidad para exponer de forma adecuada (tanto para un público especializado como no especializado) los resultados de la investigación de forma oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación. Desarrollo de habilidades teórico-prácticas necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.	A19	B12
(*)Los alumnos de esta asignatura, deberán ser capaces de diseñar un producto interactivo y además aprenderan a diferenciar los distintos tipos de productos interactivos que se pueden diseñar atendiendo al publico al que van dirigidos y al soporte en el que se van a utilizar	A12	B11

## Contidos

Tema	
(*)Tema 1: Interactividad. Qué significa y porqué importa	(*) <input type="checkbox"/> Definición <input type="checkbox"/> Historia <input type="checkbox"/> Tipos de interactividad <input type="checkbox"/> Diferencias entre un producto interactivo y una producción convencional <input type="checkbox"/> El cambio en la autoría
(*)Tema 2: Diseño orientado a la web. Internet y las páginas web	(*) <input type="checkbox"/> Internet y los navegadores <input type="checkbox"/> Accesibilidad e interactividad <input type="checkbox"/> Resolución de pantalla Optimización de la web
(*)Tema 3: Diseño orientado a la web. El lenguaje grafico en la web	(*) <input type="checkbox"/> El color y la tipografía en la web <input type="checkbox"/> El código HTML y las CSS <input type="checkbox"/> Java y JavaScript
(*)Tema 4 : Diseño orientado a la web. Fases y Equipo	(*) <input type="checkbox"/> Fases de un proyecto Interactivo <input type="checkbox"/> El equipo. Perfiles y funciones <input type="checkbox"/> Metodologías de producción. Métodos ágiles, Metodologías estructuradas <input type="checkbox"/> Los Problemas
(*)Tema 5 : Diseño orientado a la web. Producción	(*) <input type="checkbox"/> Desarrollo de una estrategia de diseño web <input type="checkbox"/> Planificación y producción web <input type="checkbox"/> Posicionamiento web
(*)Tema 6: Posicionamiento y medición de los productos publicitarios interactivos	(*) <input type="checkbox"/> Creación de páginas en Facebook <input type="checkbox"/> Sem y Seo <input type="checkbox"/> Web Analytcs

## Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballos de aula	15	45	60
Traballos tutelados	7	28	35
Presentacións/exposicións	1	2	3
Sesión maxistral	15	15	30
Probas de tipo test	2	20	22

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

<b>Metodoloxía docente</b>	
	Descrición
Traballos de aula	(*) Con la finalidad de fomentar el aprendizaje el alumno deberá deconstruir en la presencia en la red de 2 marcas de prestigio
Traballos tutelados	(*)A través de la creación de grupos, el estudiante deberá diseñar la presencia en la red de 1 marca y realizará un trabajo a lo largo de todo el curso que deberá exponer al final de la asignatura
Presentacións/exposicións	(*) Presentación del trabajo desarrollado por el grupo de estudiantes a lo largo de todo el curso.
Sesión maxistral	(*) Las clases teoricas proporcionarán al estudiante la posibilidad de conocer la tecnología y también las características propias de la creación de un producto interactivo.

<b>Atención personalizada</b>	
<b>Metodoloxías</b>	<b>Descrición</b>
Sesión maxistral	
Traballos de aula	
Traballos tutelados	

<b>Avaliación</b>		
	Descrición	Cualificación
Traballos de aula	(*) La asistencia al aula y la realización de los trabajos que desarrolle el estudiante le proporcionaran no solo un punto positivo, sino también los conocimientos para el desarrollo del trabajo tutelado	10
Traballos tutelados	(*) El estudiante formará un grupo con otros compañeros y creará un site y una campaña online para la presentación de un producto	40
Presentacións/exposicións	(*) El estudiante deberá realizar la presentación ante sus compañeros del trabajo realizado a lo largo de todo el curso	10
Sesión maxistral	(*)	10
	Clases teóricas	
Probas de tipo test	(*)Al finalizar la materia el alumno deberá demostrar que ha adquirido los conocimientos básicos a través de un examen tipo text de 20 preguntas	30

### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

### **Bibliografía. Fontes de información**

□ Anderson, Christoffer et Alt., **Mobile Media Applications □ from concept to cash**, Wiley.,

□ Berners □ Lee, Tim, **Weaving the web. The past, Present and Future or the World Wide Web**, Orion Business Book,

□ Burdman, Jessica, **Colaborative web development**, Addison Wesley,

□ Chaleat, Philippe □Charnay, Daniel, **HTML y la programación de servidores**, Eyrolles. Ediciones gestión,

□ Clement Monk, **Designing Business□ Multiple Media, Multiple disciplines.**, Adobe Press,

□ England, Elaine □Finney, Andy, **Manging Multimedia**, Addison □ Wesley,

□ Nielsen, Jacob, **Designing web usability**, New Riders Publishing,

□ McConnell, Steve, **Software Project Survival Guide**, Microsoft Press,

### **Recomendacións**