



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	Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Martínez Rolán, Luís Javier			
Profesorado	Martínez Rolán, Luís Javier			
Correo-e	xabier.rolan@gmail.com			
Web	http://www.xabierrolan.es			
Descrición xeral	A materia de Deseño Publicitario para a web e multimedia está enfocada para que o alumno coñeza como a Internet cambia o marketing e a comunicación, cambios na forma en que se debe traballar coas marcas para conseguir unha maior presenza nos novos medios. O alumnado utiliza os medios dixitais para crear un produto multimedia e promocional en liña.			

Competencias

Código	
C1	Coñecemento da evolución histórica da comunicación publicitaria e das relacións públicas, así como dos aspectos industriais, socio-políticos e estéticos que inciden nos seus elementos, formas e procesos
C4	Coñecemento teórico e práctico das estruturas organizativas e dos procesos da publicidade e das relacións públicas
C9	Coñecemento das estratexias de comunicación e o seu desenvolvemento creativo, aplicables en todo tipo de organizacións, así como das metodoloxías necesarias para a súa análise, auditoría e avaliación
C11	Competencia ou alfabetización dixital: capacidade e habilidade para utilizar as tecnoloxías e técnicas de comunicación en novos soportes, medios interactivos e multimedia.
C12	Destrezas analítico-sintéticas: capacidade e habilidade para establecer a estratexia, planificación e procesos propios da comunicación publicitaria e das relacións públicas.
D3	Competencias colaborativas: capacidade de adaptación aos obxectivos e valores organizativos e de traballo en equipo
D4	Competencias directivas: capacidade para administrar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas
D5	Competencias directivas: capacidade de asumir o liderado en proxectos, xeríndoos eficientemente e asumindo compromisos de responsabilidade social
D6	Competencias directivas: preparación para asumir o risco na toma de decisións

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Describir evolución histórica da comunicación publicitaria e das relacións públicas, así como dos aspectos industriais, sociopolíticos e estéticos que inciden nos seus elementos, formas e procesos	C1
Definir a teoría e práctica da publicidade e das relacións públicas tanto nos seus procesos como nas súas estruturas organizativas ou redes sociais	C4
Definir e clasificar das estratexias, e o seu desenvolvemento creativo, aplicables nas institucións e empresas públicas e privadas, así como das metodoloxías necesarias para a súa análise, auditoría e avaliación	C9
Utilizar as tecnoloxías e técnicas comunicativas nos distintos medios ou sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia) e para a creación en novos soportes	C11
Capacidade e habilidade para establecer a planificación publicitaria fixando obxectivos, definir o público obxectivo, trazar estratexias e determinar a súa xestión comunicativa	C9 C12

Recoñecer e encontrar as estratexias e procesos encamiñados á creación e realización de mensaxes publicitarias nos distintos soportes e medios de comunicación	C12
Organizar o tempo, con habilidade para a clasificación de tarefas	D4
Asumir o liderado en proxectos, resolvendo eficientemente e valorando compromisos de responsabilidade social	D5
Capacidade para o traballo en equipo a través da comunicación oral e escrita	D3
Identificación de métricas e KPI's para a analítica nos diferentes formatos multimedia da www	D6
Asimilar as bases da nova linguaxe hipertextual e multimedia, os seus distintos xéneros e arquitectura interna, como base para a creación de produtos publicitarios, promocionais e persuasivos	C11

Contidos

Tema	
Tema 1: Interactividade.	Qué significa e por que importa. Internet
Tema 2: Deseño orientado á web.	Deseño da información Deseño da interacción Deseño da presentación
Tema 3: Desenvolvemento de produtos	Desenvolvemento multimedia
Tema 4: Seo e Sem	Técnicas e ferramentas para a optimización do posicionamento orgánico en buscadores e principais ferramentas de publicidade en buscadores.
Tema 5. Social Media	Redes sociais, elaboración dun social media plan e calendarización de contidos. Estratexias en redes sociais. Métricas e análises
Tema 6. E-mail Marketing	Campañas de e-mail marketing. Marco normativo. Ferramentas de e-mail marketing. Mailchimp

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	5	0	5
Proxectos	3	120	123
Probas de tipo test	2	20	22

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante, así como aplicacións a empregar
Proxectos	Os alumnos deben deseñar un proxecto de creación dunha campaña, incluíndo a creación dun site para a promoción dun proxecto, servizo ou administración nos medios dixitais.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Proxectos	Os alumnos poderán establecer contacto co profesor ben de forma presencial no horario de titorías asignado ou ben a través da plataforma online que o docente utilice para a impartición online da materia.

Avaliación

Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
------------	---------------	---------------------------------------

Proxectos	Desenvolvemento conceptual dun proxecto interactivo Valoración: 3 puntos.	80	C4 C9 C11 C12	D3 D4 D5 D6
	Elaboración dunha campaña SEM Valoración: 1 puntos.			
	Elaboración dunha monitorización da propia marca ou marca da competencia Valoración: 0.5 puntos.			
	Elaboración do social media plan Valoración: 1punto.			
	Elaboración da calendarización de contidos para as redes sociais empregadas no social media plan e blog Valoración: 1punto.			
	Execución da calendarización Valoración: 1punto.			
	Elaboración dunha campaña de e-mail marketing Valoración: 0.5puntos.			
Probas de tipo test	O exame terá lugar nas datas oficiais aprobadas polo centro. Poderá substituírse o exame final da materia por un traballo individual de investigación sobre un tema proposto que se indicará ao comezo da materia. No caso de escoller o traballo, debe entregarse, inexcusablemente, en tempo e forma.	20	C1 C4 C9 C11 C12	

Outros comentarios sobre a Avaliación

O alumno debe aprobar a parte teórica e a parte práctica para superar a materia, cun mínimo do 50% da puntuación correspondente a cada unha das partes.

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,
 Bentley, F and Barrett, E, **Building Mobile Experiences**, Mit Press. USA,
 Burdman, Jessica, **Colaborative web development**, Addison Wesley,
 Chaleat, Philippe □ Charnay, Daniel, **HTML y la programación de servidores**, Eyrolles. Ediciones gestión,
 England, Elaine □ Finney, Andy, **Manging Multimedia**, Addison □ Wesley,
 Monk, C, **Designing Business** □ **Multiple Media, Multiple disciplines.**, Adobe Press,
 Klopfer, E and Haas, J, **The More We Know NBC News, Educational Innovation, a**, Mit Press. USA,
 Kraut, R.E. and Resnick, P, **Building Successful Online Communities Evidence-Based Social Design**, Mit Press. USA,
 McConnell, Steve, **Software Project Survival Guide**, Microsoft Press,
 Murray, J, **Inventing the Medium** □ **Principles of Interaction Design as a Cultural Practice**, Mit Press. USA,
 Nielsen, Jacob, **Designing web usability**, New Riders Publishing,
 Rheingold, H, □ **Net Smart. How to Thrive Online** □, Mit Press. USA,
 Postigo, H, **The Digital Rights Movement The Role of Technology in Subverting Digital Copyright**, Mit Press. USA,
 Lovett, J., **Social media metrics secrets**, John Wiley & Sons,

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Comunicación alternativa: Medios virtuais e novos soportes publicitarios/P04G190V01903

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Comunicación alternativa: Medios virtuais e novos soportes publicitarios/P04G190V01903