



DATOS IDENTIFICATIVOS

Diseño Web e Multimedia

Materia	Diseño Web e Multimedia			
Código	P04M082V01107			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Legerén Lago, Beatriz			
Profesorado	Iglesias Fuertes, Víctor Legerén Lago, Beatriz			
Correo-e	blegeren@uvigo.es			
Web	http://www.direccionarte.es			
Descrición xeral	A produción online como soporte expresivo propio da produción gráfica e publicitaria.			

Competencias

Código	Descrición
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
C1	Dotar os estudantes da formación e instrumentos necesarios para o desempeño competente de actividades de carácter profesional vinculadas á creatividade publicitaria.
C8	Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.
C13	Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.
C16	Capacidade para adaptar unha mensaxe publicitaria aos seus distintos públicos.
C20	Habilidade lingüística para expoñer de forma adecuada o seu traballo académico, tanto de xeito oral como escrito e/ou por medios audiovisuais e informáticos conforme aos canons das disciplinas das ciencias da comunicación.
D2	Capacidade de traballar de forma autónoma como creativo publicitario (nas súas máis diversas acepcións) unha vez finalizado e superado o curso de posgrao.
D4	Práctica sistemática de autoavaliación crítica de resultados: valoración da importancia de corrixir os erros cometidos no proceso creativo.
D5	Habilidade para a organización e temporalización das tarefas de cara a cumprir os prazos de entrega dos orixinais de acordo cunha estratexia publicitaria determinada.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar os recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria para soportes interactivos	A5 C8
Deseñar proxectos interactivos de forma individual, nos que establecer as fases necesarias para a creación dos mesmos (*Diagrama de navegación, estrutura de pantallas, esbozos de *interface...)	C13 D4
Formular unha mensaxe publicitaria para os diferentes públicos aos que vai dirixido.	C16
Adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.	C1 D2
Defender e expor de forma adecuada un traballo académico conforme aos canons das disciplinas de ciencias da comunicación.	C20
Desenvolver produtos interactivos para internet en base ao deseño anteriormente proposto, seguindo a planificación formulada e aceptada.	D5

Contidos	
Tema	
- Posibilidades expresivas de internet e os medios- Posibilidades expresivas de internet e os medios interactivos interactivos	
- As claves do deseño web	- As claves do deseño web
- Proceso e técnicas de creación	- Proceso e técnicas de creación
- Principais formatos	- Principais formatos
- Campañas publicitarias multimedia: casos de éxito	Campañas publicitarias multimedia: casos de éxito

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos	10	20	30
Resolución de problemas de forma autónoma	8	32	40
Lección maxistral	5	0	5

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

Metodoloxía docente	
	Descrición
Estudo de casos	Estudo de casos prácticos por parte do alumno nas que apliquen os coñecementos achegados nas sesións maxistrais e de análises cada un deles.
Resolución de problemas de forma autónoma	O alumno deberá realizar un traballo práctico no que se aplicarán os coñecementos adquiridos na materia
Lección maxistral	Explicación teórica dos contidos da materia

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas de forma autónoma	Exercicios propostos ao longo do curso.

Avaliación					
	Descrición	Cualificación Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Estudo de casos	Análise de casos publicitarios de carácter multimedia	50	A5	C1 C8 C20	D4
Resolución de problemas de forma autónoma	Avaliácese o deseño dun produto de información interactivo que será parte do traballo final do alumno.	50		C13 C16 C20	D2 D5

Outros comentarios sobre a Avaliación
Avaliácese o deseño dun produto de información interactivo que será parte do traballo final do alumno.&*nbsp;

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica
Nielsen, J, **Design Web Usability**, New Riders Publishing, 2000
Adams, Cameron, **The art Science of CSS**, Sitepoint, 2007
Beaird, j, **The principles of Beatiful web design**, Sitepoint, 2010
Lala, Rajesh, **Digital Design Essentials: 100 ways to design better desktop, web, and mobile interfaces**, Rockport, 2013
Navarro Guere, Hector, **www.Hotshops**, Montsa, 2003

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Outros comentarios
Materia de *carácter obrigatorio