



DATOS IDENTIFICATIVOS

Execución, Tratamento Fotográfico e Artefinalismo

Materia	Execución, Tratamento Fotográfico e Artefinalismo			
Código	P04M082V01109			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS 3	Sinale OB	Curso 1	Cuadrimestre 2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	García Mirón, Silvia			
Profesorado	García Mirón, Silvia Gayo Gramary, Jacobo			
Correo-e	silviamiron@uvigo.es			
Web	http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es			
Descrición xeral	Adecuada entrega e envío de materiais fotográficos e gráficos para a súa publicación ou emisión.			

Competencias

Código				
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.			
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.			
C9	Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.			
C10	Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.			
D2	Capacidade de traballar de forma autónoma como creativo publicitario (nas súas máis diversas acepcións) unha vez finalizado e superado o curso de posgrao.			

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar os puntos craves relacionados coa concepción, elaboración e execución das mensaxes gráficas, de modo que se poidan afrontar proxectos de maneira autónoma.	A2 D2
Definir os distintos instrumentos para o desenvolvemento da actividade profesional en fotografía e *artefinalismo, e identificar os recursos a utilizar no traballo.	C1 C9
Diferenciar os distintos procesos creativos, previos á execución profesional, aplicando *loc coñecementos teórico-prácticos relacionados coa *elaboración de mensaxes e a súa estratexia.	C8 C10

Contidos

Tema	
- Retoque fotográfico e proceso de artefinalismo	- Taller de retoque fotográfico - O proceso de artefinalismo e acabado de pezas gráficas e fotográficas
- As adaptacións	- As adaptacións

- O proceso de preimpresión

- Revisión e envío de materiais a imprenta

- A cor

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Obradoiro	10	20	30
Lección maxistral	5	10	15
Traballo	10	20	30

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Obradoiro	Aplicación práctica dos contidos da materia: taller de fotografía publicitaria e preparación de materiais para a súa impresión
Lección maxistral	Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, achegando material audiovisual durante as sesións.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Obradoiro	Atención personalizada do traballo realizado de acordo co contido dos obradoiro

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Lección maxistral	Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega tras a impartición do módulo.	20	A2 C9
Traballo	Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega tras a impartición do módulo.	80	A2 C1 C8 C9 C10 D2

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

PRADERA, ALEJANDRO, **EL LIBRO DE LA FOTOGRAFÍA**, ALIANZA EDITORIAL, 1990

EGUIZABAL, RAÚL, **Fotografía publicitaria**, Cátedra, 2011

FONTCUBERTA, J., **El beso de Judas. Fotografía y verdad**, Gustavo Gili., 2002

Adrio Fondevila, J.M., **De la imagen al papel : hacia la impresión perfecta : la gestión de color en el proceso artístico del s. XXI**, (e)ikon, 2018

Bibliografía Complementaria

Brau Gelabert, G., **De la captura de la imagen a la impresión fotográfica : una guía para fotógrafos digitales**, Actual, 2011

Díaz Bourgeot, E., **Fotografía publicitaria : el poder de la imagen**, Anaya Multimedia,, 2018

Recomendacións

Outros comentarios

Materia de carácter obrigatorio

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===

Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada polo *COVID-19, a Universidade de Vigo establece unha planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou parcialmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun modo máis áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o

profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===

* Mantéñense as mesmas metodoloxías docentes pero adaptadas a un formato virtual con docencia síncrona online

* Mecanismo non presencial de atención ao alumnado (titorías): utilización do sistema de "despachos" e as aulas do Campus Remoto da *Universidade de Vigo e uso do correo electrónico para dúbidas puntuais

* Non levarán a cabo modificacións dos contidos a impartir

* Bibliografía adicional para facilitar o auto-aprendizaxe

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===

Non se realizarán adaptacións do sistema de avaliación; utilízase un sistema de avaliación continua mediante un traballo e outras actividades derivadas dos contidos impartidos na aula (xunto coa participación)
