



DATOS IDENTIFICATIVOS

Producción Publicitaria en Medios Interactivos

Materia	Producción Publicitaria en Medios Interactivos			
Código	P04M082V01204			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OP	1	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	García Mirón, Silvia			
Profesorado	García Ariza, Alberto José García Mirón, Silvia Iglesias Fuertes, Víctor			
Correo-e	silviamiron@uvigo.es			
Web	http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es			
Descrición xeral	Introducción ao software de referencia e ferramentas para a elaboración de contidos publicitarios web e interactivos.			

Competencias

Código	
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.
C17	Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.
C22	Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación.
D1	Capacidade de adaptación aos cambios e novos medios do mercado publicitario.
D2	Capacidade de traballar de forma autónoma como creativo publicitario (nas súas máis diversas acepcións) unha vez finalizado e superado o curso de posgrao.
D3	Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar e coñecer os elementos necesarios no campo do deseño e desenvolvemento para soportes interactivos, que permitan ao estudante o desempeño competente no ámbito profesional da publicidade; e permitan ao futuro profesional autonomía na aprendizaxe.	A5 C1
Adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos soportes publicitarios.	C8 C17
Deseñar e desenvolver ideas de proxectos interactivo no ámbito publicitario.	C13
Construír, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces adaptados en cada momento aos cambios sociais e tecnolóxicos que se poidan producir.	D1 D3

Desenvolver proxectos publicitarios innovadores introducindo as novidades tecnolóxicas necesarias para adaptalos aos diferentes soportes interactivos. C22
D2

Contidos

Tema	
1. Elaboración de newsletters	1.1. Estratexias 1.2. Mensaxe 1.3. Deseño
2. Elaboración de campañas en medios sociais	2.1. Social ads en Facebook: formatos 2.2. Social ads en Instagram: formatos 2.3. Creación de propostas e análises de casos
3. SEM (Search Engine Marketing)	3.1. Que é o SEM e como funciona 3.2. Campañas de SEM en Google 3.3. Estratexias SEM
4. Creación e distribución de banners	4.1. Tamaño e posición 4.2. O deseño gráfico na creación de banners publicitarios 4.3. Análise de casos
3. Prototipado de aplicacións móbiles	3.1. Thunkable 3.2. App inventor

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Aprendizaxe baseado en proxectos	10	30	40
Lección maxistral	10	10	20
Observación sistemática	5	10	15

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Aprendizaxe baseado en proxectos	Desenvolvemento dun proxecto interactivo para soportes móbiles
Lección maxistral	Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, achegando material audiovisual durante as sesións.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Aprendizaxe baseado en proxectos	Elaboración de propostas titorizadas.
Probas	Descrición
Observación sistemática	Observación sistemática: asistencia e participación en clase

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Aprendizaxe baseado en proxectos	Realización de proxectos para soportes interactivos	85	C1 C8 C13 C17 C22	D1 D2 D3
Observación sistemática	Observación sistemática: asistencia e participación en clase	15	A5	C8 D2

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

- Kawasaki, Guy, **El arte del social media**, Anaya Multimedia, 2016
- Lovett, John, **Social media : métricas y análisis**, Anaya Multimedia, 2012
- Marquina-Arenas, Julián, **Plan social media y community manager**, UOC, 2012
- Qualman, Erik, **Socialnomics : how social media transforms the way we live and do business**, Wiley & Sons, cop, 2013
- Mejía Llano, Juan Carlos, **La Guía avanzada del community manager**, Anaya Multimedia, 2015

Recomendacións

Outros comentarios

Materia de carácter *optativo

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 ===

- Adaptarase a metodoloxía a unha docencia non presencial de carácter síncrono a través das aulas virtuais do Campus Remoto e apoiándose na plataforma de teledocencia Fatic para as actividades e como almacenaxe da documentación da materia.

- Non se modificará o sistema de avaliación.

- As titorías levarán a cabo a través do sistema de despachos virtuais do Campus Remoto e mediante a utilización do correo electrónico.

- Calquera outro tipo de modificación ou necesidades que lle xurda ao alumno ante unha situación de non presencialidade indicárase e levará a cabo durante a impartición da materia para mellorar o sistema de aprendizaxe do alumno.
