



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Producción para medios dixitais

Materia	Producción para medios dixitais			
Código	P04M082V11215			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OP	1	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo			
Coordinador/a	Legerén Lago, Beatriz			
Profesorado	García Ariza, Alberto José Iglesias Fuertes, Víctor Legerén Lago, Beatriz			
Correo-e	blegeren@uvigo.es			
Web	<a href="http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es">http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es</a>			
Descrición xeral	Introdución ao software de referencia para a elaboración de contidos web e multimedia.			

## Competencias

Código	
A5	(*)Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
C1	Dominio de los conocimientos e instrumentos necesarios para el desempeño competente, autónomo o colaborativo, de las actividades de carácter profesional vinculadas a la creatividad publicitaria
C9	Capacidad para crear y desarrollar ideas de proyectos en el ámbito publicitario que se adapten adecuadamente a los posibles cambios o a los nuevos entornos del mercado.
C10	Capacidad para concebir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria, orientados a distintos medios y soportes y en función de los públicos designados.
D1	(*)Capacidad para comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.
D2	(*)Capacidad para comunicarse por oral e por escrito en lingua gallega.
D3	(*)Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos.

## 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.	C10
Construír, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces adaptados en cada momento aos cambios sociais e tecnolóxicos que se poidan producir.	C9 D1 D3
Desenvolver proxectos publicitarios innovadores introducindo as novidades tecnolóxicas necesarias para adaptalos aos diferentes soportes interactivos.	D2

## Contidos

Tema	
Aproximación a linguaxes de desenvolvemento de proxectos web desde a perspectiva da dirección de arte.	Linguaxes de desenvolvemento
Introducción ao Marketing Dixital e estratexia dixital básica	1 Estratexias 2 Mensaxe 3 Deseño
Comunicación Dixital: Bases de SEO e Marketing de Contidos	1. Social ads en Facebook: formatos 2. Social ads en Instagram: formatos 3. Creación de propostas e análises de casos
Bases de copywriting e Paid Media.	1. Que é o SEM e como funciona 2. Campañas de SEM en Google 3. Estratexias SEM
Deseño e usabilidade para medios dixitais (FIGMA)	1. Perfis profesionais na produción dixital 2. UX vs UI 3. UX. Principios básicos 4. UI. Sistemas de Deseño. 5. Ferramentas de prototipado ( FIGMA): 5.1. Interface 5.2. Creación de prototipados 5.3 Medidas, tamaños, cores e tipografías. Creación de bibliotecas de estilos 5.4 Creación de compoñentes

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	5	5	10
Resolución de problemas de forma autónoma	10	50	60
Prácticas de laboratorio	5	0	5

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

### Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, achegando material audiovisual durante as sesións.
Resolución de problemas de forma autónoma	Desenvolvemento dun proxecto interactivo
Prácticas de laboratorio	Desenvolvemento de banners

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas de forma autónoma	Desenvolvemento dun proxecto interactivo
Prácticas de laboratorio	Presentación dun concepto creativo coherente coas bases actuais do Marketing Dixital

### Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Resolución de problemas de forma autónoma	Realización de proxectos para soportes interactivos	85 A5	C1 C9 C10
Prácticas de laboratorio	Deseño de campaña Sem	15	C9 D3

### Outros comentarios sobre a Avaliación

Deben superarse todos os exercicios da materia para aprobar.

### 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**, Anaya Multimedia, 2015

---

Elósegui, Tristán, **Marketing analytics : cómo definir y medir una estrategia online**, Anaya Multimedia, 2015

---

**Bibliografía Complementaria**

---

Kholmatova, Alla, **Desing Systems**, Samshing books, 2017

---

Santa María, Jackson, **On web Typography**, A boook aparta, 2014

---

Wathan, A; Schoeger, S, **Refactoring UI**, Digital Book, 2020

---

Yablonski, Jn, **The laws of UX**, O reilly, 2020

---

---

### **Recomendacións**

#### **Materias que continúan o temario**

Diseño e produción para novas tendencias en comunicación/P04M082V11211

---

#### **Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

Diseño para medios dixitais/P04M082V11117

---

### **Outros comentarios**

Materia de carácter optativo

---