



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	#EnglishFriendly Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Legerén Lago, Beatriz			
Profesorado	García Ariza, Alberto José Iglesias Fuertes, Víctor Legerén Lago, Beatriz			
Correo-e	blegeren@uvigo.es			
Web	http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es			
Descrición	Introdución ao software de referencia para a elaboración de contidos web e multimedia. xeral			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

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 previstos na materia

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. Perfís 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	7	35	42
Prácticas de laboratorio	5	0	5
Proxecto	3	15	18

*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	40 A5	C1 C9 C10
Prácticas de laboratorio	Deseño de campaña Sem	20	C9 D3
Proxecto	Realización de proxectos para soportes interactivos	40 A5	C10 D1 D2

Outros comentarios sobre a Avaliación

O alumno optará a dous tipos de calificación: avaliación continua e avaliación global

O alumnado deberá informar ao docente da súa renuncia expresa ao sistema de avaliación continua no prazo establecido polo centro para tal fin, axuntado cuberto e asinado o documento habilitado para tal fin.

1- Avaliación continua. Aplicarásse as porcentaxes e conceptos anteriores (Resolución de problemas de forma autónoma, prácticas de laboratorio e proxecto), coas seguintes consideracións:

A asistencia ás clases non é obrigatoria, pero é dexeable xa que será onde se explique a base da materia

Na segunda convocatoria (xullo) aplicarásse os mesmos criterios de calificación, aínda que a Aprendizaxe Colaborativa e Observación Sistemática, non serán re-avaliados, manténdose a calificación da primeira edición. O alumno terá que mellorar o seu calificación mediante un proxecto individual.

2. Avaliación global -De acordo ao establecido no Estatuto do Estudante da Universidade de Vigo, o alumno que non opte pola modalidade de avaliación continua, terá dereito a unha proba global nas datas que a Facultade determine. Será unha proba única e que terá unha calificación entre 0 e 10, igual que na avaliación continua.

A proba de avaliación global realizarase na data e horarios previstos polo centro no calendario de exames oficial. O estudante deberá superar todas e cada unha das probas de avaliación previstas que se detallan a continuación obtendo unha cualificación mínima de 5 puntos en cada unha delas.

Esta modalidade consistirá en tres prácticas, dous delas deberán entregarse o día do examen e a presentación do traballo.

1. Realización do proxecto interactivo seguindo as indicacións dadas polo docente (40%)
2. Deseño dunha campaña SEM (20%)
3. Presentación do proxecto realizado indicando en detalle cada unha das fases de desenvolvemento (40% da calificación)

Na segunda convocatoria (xullo) aplicarásse os mesmos criterios de calificacións.

NOTAS de INTERESE

- O estudante debe superar coa nota mínima (5 puntos sobre 10 ou equivalente) cada un dos traballos ou exercicios contemplados en cada unha das metodoloxías ou probas.
- É necesario entregar e superar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.
- A detección de prácticas fraudulentas ou plaxio de código conllevará o suspenso na materia.

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

Deseño e produción para novas tendencias en comunicación/P04M082V11211

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Deseño para medios dixitais/P04M082V11117

Outros comentarios

Materia de carácter optativo