



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 | Valderrama Santomé, Mónica | | | |
| Profesorado | Valderrama Santomé, Mónica | | | |
| Correo-e | santome@uvigo.es | | | |
| Web | http://www.direccionarte.es | | | |
| Descrición xeral | Adecuada entrega e envío de materiais 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 |
| (*)- Conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico. | A2 D2 |
| - Conocimiento e identificación de recursos, elementos, métodos y procedimientos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria. | |
| - Capacidad teórico-práctica en la creación, elaboración y desarrollo de un original publicitario en el marco de una estrategia corporativa global. | |
| - Conocimientos básicos para situar la actividad publicitaria en un contexto de competencia local, nacional e internacional, incidiendo en la importancia de las técnicas creativas como un activo publicitario diferencial. | |

(*)- Capacidad de adaptarse a las exigencias creativas de los clientes que requieren la contratación de un servicio publicitario. C1
C9

- Capacidad para adaptar un mensaje publicitario a sus distintos públicos.

- Capacidad para adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los medios publicitarios.

- Capacidad para coordinar equipos y liderar la creación de campañas publicitarias desde el punto de vista creativo.

(*)- Capacidad de adaptación a los cambios y nuevos entornos del mercado publicitario.

C8
C10

- Capacidad de trabajar de forma autónoma como creativo publicitario (en sus más diversas acepciones) una vez finalizado y superado el Curso de Postgrado.

- Capacidad para asumir riesgos temáticos e ideas innovadoras en la fase de creación y desarrollo de contenidos publicitarios para distintos medios y soportes.

- Habilidad para la organización y temporalización de las tareas de cara a cumplir los plazos de entrega de los originales de acuerdo con una estrategia publicitaria determinada.

Contidos

Tema

(*)- Arte final y acabado de las piezas publicitarias (*)- Arte final y acabado de las piezas publicitarias

(*)- Arte final y acabado de las piezas publicitarias (*)- Arte final y acabado de las piezas publicitarias

(*)- Las adaptaciones (*)- Las adaptaciones

(*)- Preimpresión y envío de materiales a imprenta (*)- Preimpresión y envío de materiales a imprenta

(*)- El color (*)- El color

Planificación

| | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|--|---------------|--------------------|--------------|
| Estudo de casos/análises de situacións | 5 | 50 | 55 |
| Presentacións/exposicións | 2 | 2 | 4 |
| Debates | 2 | 4 | 6 |
| Sesión maxistral | 5 | 5 | 10 |

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

Metodoloxía docente

| | Descrición |
|--|--|
| Estudo de casos/análises de situacións | Estudo de casos prácticos por parte do alumnado nas que apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistrais e de análise de cada un deles. |
| Presentacións/exposicións | Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que teñen elaborado neste módulo. |
| Debates | Debate sobre contidos da materia tomando en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas. |
| Sesión maxistral | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións. |

Atención personalizada

| Metodoloxías | Descrición |
|---------------------------|---|
| Presentacións/exposicións | Encárgase un traballo que será exposto por parte do alumno/a. Seguimento *tutorizado por vía electrónica unha vez finalizada a docencia presencial. |

Avaliación

| | Descrición | Cualificación | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|---------------------------|---|---------------|---------------------------------------|
| Presentacións/exposicións | Exposición do traballo final do módulo. | 15 | |
| Debates | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate. | 15 | |

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións
