



DATOS IDENTIFICATIVOS

Prácticas académicas externas

Asignatura	Prácticas académicas externas			
Código	P04M082V11217			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	López de Aguieta Clemente, Carmen			
Profesorado	López de Aguieta Clemente, Carmen			
Correo-e	caguieta@uvigo.es			
Web	http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es			
Descripción general	Prácticas obligatorias en empresas			

Competencias

Código

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
------------------------------------	---------------------------------------

El alumno/a pondrá en práctica los conocimientos adquiridos durante el Máster incidiendo en la aplicación práctica de los mismos.

Entre los conocimientos adquiridos se pueden encontrar:

- Crear y desarrollar ideas de proyectos en el ámbito publicitario.
- Concebir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria.
- Escribir textos publicitarios con fluidez, y adecuación a las necesidades creativas de un mensaje.
- Adaptarse a las exigencias creativas de los clientes que requieren la contratación de un servicio publicitario.
- Adaptar un mensaje publicitario a sus distintos públicos.
- Adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los medios publicitarios.
- Coordinar equipos y liderar la creación de campañas publicitarias desde el punto de vista creativo.

Como resultado del aprendizaje y adquisición de habilidades el alumno debe:

- Dominar las herramientas de trabajo para, de forma autónoma, ejercer como creativo publicitario (en sus más diversas acepciones) una vez finalizado y superado el Curso de Postgrado.
- Asumir riesgos temáticos e ideas innovadoras en la fase de creación y desarrollo de contenidos publicitarios para distintos medios y soportes.
- Sistematizar la autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir los errores cometidos en el proceso creativo.
- Organizar y calendarizar las tareas de cara a cumplir los plazos de entrega de los originales de acuerdo con una estrategia publicitaria determinada.

Contenidos

Tema

Realización de prácticas como directores de arte, creativos publicitarios, diseñadores, etc., en departamentos de arte de agencias, productoras publicitarias, consultoras, y cualquier otra empresa, preferentemente del sector, que precisen de los conocimientos de un director de arte e imagen y de comunicación, proporcionando el contacto directo con el mundo profesional y profesionales especialistas.

Participación en período de prácticas de los alumnos en distintas empresas de diferente índole que requieran el perfil del alumnado del máster

Finalizadas éstas, el Coordinador/a de la materia recibirá un informe detallado acerca de las actividades realizadas por el alumno o la alumna.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticum, Practicas externas y clínicas	0	150	150

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Prácticum, Practicas externas y clínicas	Prácticas obligatorias en las empresas del sector y entrega de una memoria final La normativa de las prácticas académicas externas se encuentra publicada en la página web del máster (www.direccionarte.es)

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticum, Practicas externas y clínicas	Tutorización por parte del responsable de la empresa en la que se llevan a cabo las prácticas académicas externas, así como seguimiento por parte del coordinador/a de la materia

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Prácticum, Practicas externas y clínicas	Ejecución del periodo de prácticas académicas en la empresa y entrega de una memoria de las prácticas firmada por el tutor o tutora de la empresa	100	

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Diseño para medios digitales/P04M082V11117
 Creación publicitaria para medios audiovisuales/P04M082V11119
 Creatividad y mensaje publicitario/P04M082V11115
 Dirección y gestión publicitaria/P04M082V11112
 Diseño gráfico/P04M082V11116
 Diseño y producción para nuevas tendencias en comunicación/P04M082V11211
 Fotografía publicitaria/P04M082V11118
 Planificación estratégica/P04M082V11114
 Tendencias del sector/P04M082V11113
 Teorías del diseño y la creatividad/P04M082V11111

Otros comentarios

Trabajo obligatorio para la consecución de la titulación

Se requiere haber cursado las materias obligatorias previamente. En algunos casos, la realización de las prácticas profesionales se podrán compatibilizar con la realización de alguna de las materias optativas.

Descripción

=== MEDIDAS EXCEPCIONALES PLANIFICADAS ===

Ante la incierta e imprevisible evolución de la alerta sanitaria provocada por el COVID-19, la Universidad de Vigo establece una planificación extraordinaria que se activará en el momento en que las administraciones y la propia institución lo determinen atendiendo a criterios de seguridad, salud y responsabilidad, y garantizando la docencia en un escenario no presencial o parcialmente presencial. Estas medidas ya planificadas garantizan, en el momento que sea preceptivo, el desarrollo de la docencia de un modo más ágil y eficaz al ser conocido de antemano (o con una amplia antelación) por el alumnado y el profesorado a través de la herramienta normalizada e institucionalizada de las guías docentes.

Así, en relación con la materia Prácticas en Empresas, en caso de suspensión de la actividad académica presencial como consecuencia del Covid-19, desde el máster de Dirección de Arte en Publicidad se abriría la posibilidad de realizar las prácticas académicas externas de forma no presencial o semipresencial, siempre y cuando se establezca un acuerdo previo pactado entre la coordinación del máster y las empresas colaboradoras.
