



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Prácticas académicas externas

Materia	Prácticas académicas externas			
Código	P04M082V11217			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descriptor	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	2c
Lingua impartición	Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	López de Aguieta Clemente, Carmen			
Profesorado	López de Aguieta Clemente, Carmen			
Correo-e	caguieta@uvigo.es			
Web	<a href="http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es">http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es</a>			
Descrición xeral	Prácticas obrigatorias en empresas			

## Competencias

Código

## Resultados de aprendizaxe

Resultados de aprendizaxe Competencias

- Crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.
- Concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.
- Escribir textos publicitarios con fluidez, e adecuación ás necesidades creativas dunha mensaxe.
- Adaptarse ás esixencias creativas dos clientes que requiren a contratación dun servizo publicitario.
- Adaptar unha mensaxe publicitaria aos seus distintos públicos.
- Adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.
- Coordinar equipos e liderar a creación de campañas publicitarias desde o punto de vista creativo.
- Dominar as ferramentas de traballo para, de forma autónoma, exercer como creativo publicitario (nos seus máis diversas acepcións) unha vez finalizado e superado o Curso de Posgrao.
- Asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.
- \*Sistematizar a \*autoevaluación crítica de resultados: valoración da importancia de corrixir os erros cometidos no proceso creativo.
- Organizar e \*calendarizar as tarefas de face a cumprir os prazos de entrega dos orixinais de acordo cunha estratexia publicitaria determinada.

## Contidos

Tema

Realización de prácticas como directores de arte, creativos publicitarios, deseñadores, etc., en departamentos de arte de axencias, produtoras publicitarias, consultoras, e calquera outra empresa, preferentemente do sector, que precisen dos coñecementos dun director de arte e imaxe e de comunicación, proporcionando o contacto directo co mundo profesional e profesionais especialistas.

Participación en período de prácticas dos alumnos en distintas empresas de diferente índole que requiran o perfil do alumnado do máster

Finalizadas estas, o Coordinador/a de a materia recibirá un informe detallado acerca das actividades realizadas polo alumno ou a alumna.

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Prácticum, Practicas externas e clínicas	0	150	150

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

### Metodoloxía docente

	Descrición
Prácticum, Practicas externas e clínicas	Prácticas obrigatorias nas empresas do sector e entrega dunha memoria final A normativa das prácticas académicas externas atópase publicada na páxina web do máster (www.direccionarte.es)

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Prácticum, Practicas externas e clínicas	*Tutorización por parte do responsable da empresa na que levan a cabo as prácticas académicas externas, así como seguimento por parte do coordinador/a de a materia

### Avaliación

	Descrición	Cualificación	Competencias Avaliadas
Prácticum, Practicas externas e clínicas	Execución do período de prácticas académicas na empresa e entrega dunha memoria das prácticas asinada polo titor ou titora da empresa	100	

### Outros comentarios sobre a Avaliación

### Bibliografía. Fontes de información

#### Bibliografía Básica

#### Bibliografía Complementaria

### Recomendacións

### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Deseño para medios dixitais/P04M082V11117  
 Creación publicitaria para medios audiovisuais/P04M082V11119  
 Creatividade e mensaxe publicitaria/P04M082V11115  
 Dirección e xestión publicitaria/P04M082V11112  
 Deseño gráfico/P04M082V11116  
 Deseño e produción para novas tendencias en comunicación/P04M082V11211  
 Fotografía publicitaria/P04M082V11118  
 Planificación estratéxica/P04M082V11114  
 Tendencias do sector/P04M082V11113  
 Teorías do deseño e a creatividade/P04M082V11111

### 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.

Así, en relación coa materia Prácticas en Empresas, en caso de suspensión da actividade académica presencial como consecuencia do \*Covid-19, desde o máster de Dirección de Arte en Publicidade abriríase a posibilidade de realizar as prácticas académicas externas de forma non presencial ou \*semipresencial, a condición de que se estableza un acordo previo pactado entre a coordinación do máster e as empresas colaboradoras.

---