



DATOS IDENTIFICATIVOS

Prácticas en Empresas

Materia	Prácticas en Empresas			
Código	P04M082V01207			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	2c
Lingua impartición	Castelán			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Valderrama Santomé, Mónica			
Profesorado	Valderrama Santomé, Mónica			
Correo-e	santome@uvigo.es			
Web	http://www.direccionarte.es			
Descrición xeral	Prácticas obligatorias en empresas			

Competencias

Código		Tipoloxía
CE7	Coñecemento da dirección de arte en publicidade como unha disciplina profesional autónoma.	• saber
CE8	Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.	• saber
CE9	Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.	• saber
CE10	Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.	• saber
CE11	Coñecementos básicos para situar a actividade publicitaria nun contexto de competencia local, nacional e internacional, incidindo na importancia das técnicas creativas como un activo publicitario diferencial.	• saber
CE12	Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.	• saber facer
CE13	Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.	• saber facer
CE14	Capacidade para escribir textos publicitarios con fluidez, e adecuación ás necesidades creativas dunha mensaxe.	• saber facer
CE15	Capacidade de adaptarse ás esixencias creativas dos clientes que requiren a contratación dun servizo publicitario.	• saber facer
CE16	Capacidade para adaptar unha mensaxe publicitaria aos seus distintos públicos.	• saber facer
CE17	Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.	• saber facer
CE19	Capacidade para coordinar equipos e liderar a creación de campañas publicitarias desde o punto de vista creativo.	• saber facer
CT2	Capacidade de traballar de forma autónoma como creativo publicitario (nas súas máis diversas acepcións) unha vez finalizado e superado o curso de posgrao.	• Saber estar / ser
CT3	Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.	• Saber estar / ser
CT4	Práctica sistemática de autoavaliación crítica de resultados: valoración da importancia de corrixir os erros cometidos no proceso creativo.	• Saber estar / ser
CT5	Habilidade para a organización e temporalización das tarefas de cara a cumprir os prazos de entrega dos orixinais de acordo cunha estratexia publicitaria determinada.	• Saber estar / ser

Resultados de aprendizaxe

Resultados de aprendizaxe	Competencias
---------------------------	--------------

- (*)- Conocimiento de la dirección de arte en publicidad como una disciplina profesional autónoma. CE7
- Conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico. CE8
- Conocimiento e identificación de recursos, elementos, métodos y procedimientos utilizados en todo proceso de creatividad publicitaria. CE9
- Capacidad teórico-práctica en la creación, elaboración y desarrollo de un original publicitario en el marco de una estrategia corporativa global. CE10
- 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. CE11

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

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

- (*)1 - Capacidad y habilidad para crear y desarrollar ideas de proyectos en el ámbito publicitario. CE12
- 2 - Capacidad para concebir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria. CE13
- 3 - Capacidad para escribir textos publicitarios con fluidez, y adecuación a las necesidades creativas de un mensaje. CE14
- 4 - Capacidad de adaptarse a las exigencias creativas de los clientes que requieren la contratación de un servicio publicitario. CE15
- 5 - Capacidad para adaptar un mensaje publicitario a sus distintos públicos. CE16
- 6 - Capacidad para adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los medios publicitarios. CE17
- 8 - Capacidad para coordinar equipos y liderar la creación de campañas publicitarias desde el punto de vista creativo. CE19

(*)- Capacidad de trabajar de forma autónoma como creativo publicitario (en sus más diversas acepciones) una vez finalizado y superado el Curso de Postgrado. CT2

- Capacidad para asumir riesgos temáticos e ideas innovadoras en la fase de creación y desarrollo de contenidos publicitarios para distintos medios y soportes. CT3

Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir los errores cometidos en el proceso creativo. CT4

- 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. CT5

Contidos

Tema

(*)Realización de prácticas como creativo publicitario en departamentos de arte de agencias y productoras publicitarias, proporcionando el contacto directo con los profesionales especialistas del sector.

(*)Participación en período de prácticas del alumno entre las citadas empresas. Finalizadas éstas, la Comisión Académica del Máster recibirá un informe detallado acerca de las actividades realizadas por el alumno.

Planificación docente

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Prácticas externas	5	145	150

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Prácticas externas	Prácticas obrigatorias en empresas

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Prácticas externas	Paso por unha empresa xa sexa do sector ou allea para colaborar en labores creativos e de comunicación publicitaria.

Avaliación

Descrición	Cualificación	Competencias Avaliadas
Prácticas externas Entrega dunha memoria das prácticas asinada pola empresa.	100	

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Materias que se recomienda ter cursado previamente

Traballo Fin de Máster/P04M082V01208
