



DATOS IDENTIFICATIVOS

Producción Publicitaria en Medios Interactivos

Asignatura	Producción Publicitaria en Medios Interactivos			
Código	P04M082V01204			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad			
Descriptores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a				
Profesorado	Martínez Rolán, Luís Xabier			
Correo-e				
Web	http://www.direccionarte.es			
Descripción general	Introducción al software de referencia para la elaboración de contenidos web y multimedia.			

Competencias

Código		Tipología
CB5	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.	• saber
CE1	Dotar a los estudiantes de la formación e instrumentos necesarios para el desempeño competente de actividades de carácter profesional vinculadas a la creatividad publicitaria.	• saber
CE8	Conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.	• saber
CE13	Capacidad para concebir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria.	• saber hacer
CE17	Capacidad para adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los medios publicitarios.	• saber hacer
CE22	Capacidad para crear y desarrollar contenidos y proyectos innovadores que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de los lenguajes publicitarios, así como a su interpretación.	• saber hacer
CT1	Capacidad de adaptación a los cambios y nuevos entornos del mercado publicitario.	• saber
CT2	Capacidad de trabajar de forma autónoma como creativo publicitario (en sus más diversas acepciones) una vez finalizado y superado el Curso de Postgrado.	• saber hacer
CT3	Capacidad para asumir riesgos temáticos e ideas innovadoras en la fase de creación y desarrollo de contenidos publicitarios para distintos medios y soportes.	• saber hacer

Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
Identificar y conocer los elementos necesarios en el campo del diseño y desarrollo para soportes interactivos, que permitan al estudiante el desempeño competente en el ámbito profesional de la publicidad; y permitan al futuro profesional autonomía en el aprendizaje.	CB5 CE1
Adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los soportes publicitarios.	CE8 CE17
Diseñar y desarrollar ideas de proyectos interactivo en el ámbito publicitario.	CE13
Construir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces adaptados en cada momento a los cambios sociales y tecnológicos que se puedan producir.	CT1 CT3
Desarrollar proyectos publicitarios innovadores introduciendo las novedades tecnológicas necesarias para adaptarlos a los diferentes soportes interactivos.	CE22 CT2

Contenidos

Tema

Introducción a la creación de un proyecto en wordPRESS

Creación de una app para dispositivos portables PENDIENTE DE SUBIR

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Presentaciones/exposiciones	5	0	5
Proyectos	10	50	60
Sesión magistral	5	5	10

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

Metodologías

	Descripción
Presentaciones/exposiciones	Exposición individual del trabajo sobre los estudios de casos que han elaborado en este módulo.
Proyectos	Desarrollo de un proyecto interactivo para soportes móviles
Sesión magistral	Explicación de los conceptos básicos de la materia con ejemplos prácticos, aportando material audiovisual durante las sesiones.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Presentaciones/exposiciones	Defensa pública trabajos
Proyectos	Elaboración de propuestas tutorizadas.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Presentaciones/exposiciones	Exposición del trabajo final del módulo.	15	CB5
Proyectos	Realización de un proyecto para soportes interactivos	85	CE1 CE8 CE13 CE17 CE22 CT1 CT2 CT3

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Kawasaki, Guy, El arte del social media, Anaya Multimedia, 2016, Madrid

Lovett, John, Social media : métricas y análisis, Anaya Multimedia, 2012, Madrid

Marquina-Arenas, Julián, Plan social media y community manager, UOC, 2012, Barcelona

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, Madrid

Elósegui, Tristán, Marketing analytics : cómo definir y medir una estrategia online, Anaya Multimedia, 2015, Madrid

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Otros comentarios

Materia de carácter optativo