



DATOS IDENTIFICATIVOS

Trabajo Fin de Máster

Asignatura	Trabajo Fin de Máster			
Código	P04M082V01208			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad			
Descriptores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	12	OB	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Valderrama Santomé, Mónica			
Profesorado	Valderrama Santomé, Mónica			
Correo-e	santome@uvigo.es			
Web	http://http://www.direccionarte.es/docencia/proyectos-fin-de-master			
Descripción general	Dirección creativa de una campaña publicitaria general			

Competencias

Código		Tipología
CE8	Conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.	• saber
CE9	Conocimiento e identificación de recursos, elementos, métodos y procedimientos utilizados en todo proceso de creatividad publicitaria.	• saber • saber hacer
CE10	Capacidad teórico-práctica en la creación, elaboración y desarrollo de un original publicitario en el marco de una estrategia corporativa global.	• saber • saber hacer
CE11	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.	• saber
CE12	Capacidad y habilidad para crear y desarrollar ideas de proyectos en el ámbito publicitario.	• saber • saber hacer
CE13	Capacidad para concebir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria.	• saber • saber hacer
CE14	Capacidad para escribir textos publicitarios con fluidez, y adecuación a las necesidades creativas de un mensaje.	• saber hacer
CE15	Capacidad de adaptarse a las exigencias creativas de los clientes que requieren la contratación de un servicio publicitario.	• Saber estar /ser
CE16	Capacidad para adaptar un mensaje publicitario a sus distintos públicos.	• 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
CE18	Capacidad para analizar campañas publicitarias desde un punto de vista crítico, atendiendo a los parámetros básicos del análisis creativo publicitario, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.	• saber • saber hacer
CE20	Habilidad lingüística para exponer de forma adecuada su trabajo académico, tanto de manera oral como escrita y/o por medios audiovisuales e informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de ciencias de la comunicación.	• saber hacer
CE21	Conocimientos de las diferentes teorías del diseño, la imagen y la creatividad publicitaria.	• saber
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.	
CE23	Capacidad para percibir críticamente la sucesión de tendencias creativas que ofrece el universo publicitario que nos rodea, donde las historias y los relatos son fruto de una sociedad determinada, producto de unas condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica concreta.	• 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 • Saber estar /ser
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 • Saber estar /ser
CT4	Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir los errores cometidos en el proceso creativo.	• saber
CT5	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.	• Saber estar /ser

Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
Aplicación de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico, elaborando los originales publicitarios que se adapten a la estrategia creativa.	CE8 CE9 CE10 CE21 CE22 CE23 CT2
Programar campañas publicitarias completas, aplicables a un contexto local, nacional e internacional y cumpliendo los criterios de eficacia.	CE11 CE12 CE13
Escribir textos publicitarios con fluidez, adecuándolos a las necesidades creativas del mensaje y adaptándose a los distintos públicos, teniendo en cuenta las necesidades creativas y de producción de los distintos medios.	CE14 CE15 CE16 CE17 CE18 CE20
Argumentar las decisiones y riesgos que implican las ideas innovadoras en la fase de creación y desarrollo de contenidos publicitarios para distintos medios y soportes.	CT2 CT3 CT4 CT5

Contenidos

Tema	
Definir y realizar el concepto creativo propio de una campaña publicitaria de acuerdo con una estrategia fijada.	Definir y realizar el concepto creativo propio de una campaña publicitaria de acuerdo con una estrategia fijada.
Desarrollo y realización del proyecto aplicando los contenidos del programa.	Desarrollo y realización del proyecto aplicando los contenidos del programa.
Realización del trabajo proyectado	Presentación del trabajo

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Proyectos	10	290	300

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

Metodologías

	Descripción
Proyectos	Dirección creativa de una campaña publicitaria

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Proyectos	Asignación de tutor a finales de año para la dirección del proyecto. Defensas en mayo y julio con tribunal. NORMATIVA http://www.direccionarte.es/docencia/proyectos-fin-de-master

Evaluación

Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Proyectos Desarrollo y presentación de un proyecto final de máster	100	

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Prácticas en Empresas/P04M082V01207

Otros comentarios

Trabajo obligatorio para la consecución de la titulación
