



DATOS IDENTIFICATIVOS

Traballo Fin de Máster

Materia	Traballo Fin de Máster			
Código	P04M082V01208			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuadrimestre
	12	OB	1	2c
Lingua impartición	Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
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			
Descrición xeral	Dirección creativa de una campaña publicitaria xeral			

Competencias

Código		Tipoloxía
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 • saber facer
CE10	Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.	• saber • saber facer
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 • saber facer
CE13	Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.	• saber • 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 estar / ser
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
CE18	Capacidade para analizar campañas publicitarias desde un punto de vista crítico, atendendo aos parámetros básicos da análise creativa publicitario, considerando as mensaxes icónicas como textos e produtos das condicións sociopolíticas e culturais dunha época histórica determinada.	• saber • saber facer
CE20	Habilidade lingüística para expoñer de forma adecuada o seu traballo académico, tanto de xeito oral como escrito e/ou por medios audiovisuais e informáticos conforme aos canons das disciplinas das ciencias da comunicación.	• saber facer
CE21	Coñecementos das diferentes teorías do deseño, a imaxe e a creatividade publicitaria.	• saber
CE22	Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación.	
CE23	Capacidade para percibir criticamente a sucesión de tendencias creativas que ofrece o universo publicitario que nos rodea, onde as historias e os relatos son froito dunha sociedade determinada, produto dunhas condicións sociopolíticas e culturais dunha época histórica concreta.	• saber

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 facer • 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 facer • Saber estar / ser
CT4	Práctica sistemática de autoavaliación crítica de resultados: valoración da importancia de corrixir os erros cometidos no proceso creativo.	• saber
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
(*)Capacidad teórico-práctica en la creación, elaboración y desarrollo de un original publicitario en el marco de una estrategia corporativa global.	CE8 CE9 CE10 CE21 CE22 CE23 CT2
(*)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 CE12 CE13
(*)Capacidad para escribir textos publicitarios con fluidez, y adecuación a las necesidades creativas de un mensaje.	CE14 CE15 CE16 CE17 CE18 CE20
(*)- Capacidad de trabajar de forma autónoma como creativo publicitario (en sus más diversas acepciones) una vez finalizado y superado el Curso de Postgrado.	CT2 CT3 CT4 CT5
- Capacidad para asumir riesgos temáticos e ideas innovadoras en la fase de creación y desarrollo de contenidos publicitarios para distintos medios y soportes.	
- Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir los errores cometidos en el proceso creativo.	
- 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.	

Contidos

Tema
(*)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.
(*)Realización del trabajo proyectado
(*)Desarrollo y realización del proyecto aplicando los contenidos del programa.
(*)Presentación del trabajo

Planificación docente

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Aprendizaxe baseado en proxectos	10	290	300

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

Metodoloxía docente

Descrición
Aprendizaxe baseado en Dirección creativa dun proxecto publicitario proxectos

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Aprendizaxe baseado en proxectos	Asignación de titor a finais de ano para a dirección do proxecto. Defensas en maio e xullo con tribunal. http://www.direccionarte.es/docencia/proyectos-fin-de-master

Avaliación		
	Descrición	CualificaciónCompetencias Avaliadas
Aprendizaxe baseado en proxectos	Desenvolvemento e presentación do proxecto final do Máster.	100

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Prácticas en Empresas/P04M082V01207