

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Produción para medios dixitais				
Materia	Produción para medios dixitais			
Código	P04M082V11215			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OP	1	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo			
Coordinador/a	Legerén Lago, Beatriz			
Profesorado	García Ariza, Alberto José Iglesias Fuertes, Víctor Legerén Lago, Beatriz			
Correo-e	blegeren@uvigo.es			
Web	http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es			
Descrición xeral	Introdución ao software de referencia para a elaboración de contidos web e multimedia.			

Competencias	
Código	
A5	(*)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.
C1	Dominio de los conocimientos e instrumentos necesarios para el desempeño competente, autónomo o colaborativo, de las actividades de carácter profesional vinculadas a la creatividad publicitaria
C9	Capacidad para crear y desarrollar ideas de proyectos en el ámbito publicitario que se adapten adecuadamente a los posibles cambios o a los nuevos entornos del mercado.
C10	Capacidad para concebir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria, orientados a distintos medios y soportes y en función de los públicos designados.
D1	(*)Capacidad para comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.
D2	(*)Capacidad para comunicarse por oral e por escrito en lengua gallega.
D3	(*)Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar e coñecer os elementos necesarios no campo do deseño e desenvolvemento para soportes interactivos, que permitan ao estudante o desempeño competente no ámbito profesional da publicidade; e permitan ao futuro profesional autonomía na aprendizaxe.	A5 C1
Adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos soportes publicitarios.	C10
Construír, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces adaptados en cada momento aos cambios sociais e tecnolóxicos que se poidan producir.	C9 D1 D3
Desenvolver proxectos publicitarios innovadores introducindo as novidades tecnolóxicas necesarias para adaptalos aos diferentes soportes interactivos.	D2

Contidos

Tema	
Aproximación a linguaxes de desenvolvemento de proxectos web desde a perspectiva da dirección de arte.	Linguaxes de desenvolvemento
Introducción ao Marketing Dixital e estratexia dixital básica	1 Estratrexias 2 Mensaxe 3 Deseño
Comunicación Dixital: Bases de SEO e Marketing de Contidos	1. Social ads en Facebook: formatos 2. Social ads en Instagram: formatos 3. Creación de propostas e análises de casos
Bases de copywriting e Paid Media.	1. Que é o SEM e como funciona 2. Campañas de SEM en Google 3. Estratexias SEM
Deseño e usabilidade para medios dixitais (FIGMA)	1. Perfís profresionales na produción dixital 2. UX vs UI 3. UX. Principios básicos 4. UI. Sistemas de Deseño. 5. Ferramentas de prototipado (FIGMA): 5.1. Interface 5.2. Creación de prototipados 5.3 Medidas, tamaños, cores e tipografías. Creación de bibliotecas de estilos 5.4 Creación de compoñentes

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	5	5	10
Resolución de problemas de forma autónoma	10	50	60
Prácticas de laboratorio	5	0	5

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, achegando material audiovisual durante as sesións.
Resolución de problemas de forma autónoma	Desenvolvemento dun proxecto interactivo
Prácticas de laboratorio	Desenvolvemento de banners

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas de forma autónoma	Desenvolvemento dun proxecto interactivo
Prácticas de laboratorio	Presemtación dun concepto creativo coherente coas bases actuáis do Marketing Dixital

Avaliación

	Descrición	Cualificación		Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Resolución de problemas de forma autónoma	Realización de proxectos para soportes interactivos	85	A5	C1 C9 C10	
Prácticas de laboratorio	Deseño de campaña Sem	15		C9	D3

Outros comentarios sobre a Avaliación

Deben superarse todos os exercicios da materia para aprobar.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

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

Lovett, John, **Social media : métricas y análisis**, Anaya Multimedia, 2012
Marquina-Arenas, Julián, **Plan social media y community manager**, UOC, 2012
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
Elósegui, Tristán, **Marketing analytics : cómo definir y medir una estrategia online**, Anaya Multimedia, 2015

Bibliografía Complementaria

Kholmatova, Alla, **Desing Systems**, Samshing books, 2017
Santa María, Jackson, **On web Typography**, A boook aparta, 2014
Wathan, A; Schoeger, S, **Refactoring UI**, Digital Book, 2020
Yablonski, Jn, **The laws of UX**, O reilly, 2020

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Deseño e produción para novas tendencias en comunicación/P04M082V11211

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Deseño para medios dixitais/P04M082V11117

Outros comentarios

Materia de carácter optativo