



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Proyectos: creación y presentación

Asignatura	Proyectos: creación y presentación			
Código	P04M082V11212			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad			
Descriptores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad Departamento de IESIDE (Vigo) Dpto. Externo			
Coordinador/a	García Mirón, Silvia			
Profesorado	Badenes Plá, Vicente García Mirón, Silvia Garnil Rodríguez, Alberto Gulías Piñeiro, Camilo Montero Campos, María Eugenia Varela Díaz, Miguel Anxo			
Correo-e	silviamiron@uvigo.es			
Web	<a href="http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es">http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es</a>			
Descripción general	La materia se compone de diversos talleres que se complementan en torno al diseño y gestión de proyectos, tanto de marca personal (incluyendo claves para el emprendimiento) como ajenos. A ello se suma el acercamiento de diversas herramientas para su presentación y puesta en valor (entrevistas, la defensa de ideas, herramientas visuales de apoyo a través del uso de la caligrafía o la ilustración, etc.).			

## Competencias

Código	
CB2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
CB4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
CG2	Capacidad de tomar decisiones fundamentadas y resolver problemas en contextos profesionales en relación con el ámbito de la comunicación publicitaria y los procesos creativos.
CG6	Capacidad para diseñar y gestionar proyectos complejos en el ámbito de la Publicidad y el Diseño.
CE1	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
CE5	Capacidad para identificar las nuevas tendencias vinculadas a la publicidad y la comunicación mediante el empleo de herramientas y bases de datos específicas.
CE13	Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir los errores cometidos en el proceso creativo.
CE15	Capacidad de crear y desarrollar marcas personales adaptándolas a distintos medios y formatos
CT2	Capacidad para comunicarse por oral e por escrito en lengua gallega.
CT4	Adaptarse a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales

## Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
---------------------------	--------------

Conocer y desarrollar capacidades para organizar y gestionar proyectos.	CB2 CG2 CG6 CE1 CT4
Conocer con un carácter teórico-práctico cómo abordar el desarrollo de un proyecto, identificando las fases en las que se estructura.	CG2 CG6
Conocer el desarrollo de la creación y gestión de una marca personal y su aplicación a distintos soportes.	CE5 CE13 CE15
Elaboración y organización de un portfolio personal.	CB2 CG6 CE15
Conocer las herramientas y recursos para la elaboración de presentaciones creativas eficaces.	CB4 CT2
Conocer y poner en práctica distintas metodologías de presentación de ideas y proyectos.	CB2 CB4 CT2

## Contenidos

Tema	
1. Creación y gestión de proyectos personales.	1.1. Claves para el emprendimiento 1.2. Creatividad e innovación para el emprendimiento y autoempleo
2. Diseño, planificación y gestión de un portfolio personal.	2.1. El portfolio personal como clave para la puesta en valor de la marca personal 2.2. Cómo presentar y gestionar un portfolio personal 2.3. Casos de éxito
3. Presentación de ideas y proyectos: planificación y metodologías.	3.1. La narrativa en la presentación de ideas 3.2. Metodologías de presentación y/o defensa de ideas 3.3. Claves para una presentación eficaz: comunicación verbal y no verbal.
4. Concept board, arte final y otras presentaciones visuales de proyectos.	4.1. Concept board: definición y usos 4.2. Ilustración, caligrafía y tipografía como herramientas creativas 4.3. El arte final 4.4. El packaging como herramienta de comunicación.

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Talleres	8	2	10
Seminario	8	20	28
Aprendizaje basado en proyectos	4	18	22
Presentación	1	10	11
Observación sistemática	4	0	4

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

## Metodologías

	Descripción
Talleres	La materia se compone de distintos talleres: caligrafía, packaging, emprendimiento, etc.
Seminario	Sesiones de desarrollo teórico-práctico sobre los contenidos de la materia
Aprendizaje basado en proyectos	Creación de un proyecto personal a través de los distintos talleres que componen la materia

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Seminario	Durante las sesiones de seminario se darán las indicaciones para el proyecto de la materia
Aprendizaje basado en proyectos	Tutorización del proyecto personal que se realiza en los distintos talleres de la materia

## Evaluación

	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Talleres	Taller de caligrafía y packaging	50	CG6 CE1 CE5 CE15

Aprendizaje basado en proyectos	Proyecto de presentación de ideas/marca personal y emprendimiento	30			CE13	CT2
Presentación	Presentación de ideas en distintos formatos	10	CB4	CG2	CE15	CT4
Observación sistemática	Se valora la asistencia y participación en el aula	10	CB2		CE1	CT2

## Otros comentarios sobre la Evaluación

### Fuentes de información

#### Bibliografía Básica

Mono, **Identidad corporativa. De brief a la solución final**, Gustavo Gili., 2004

Hyland, A./King, E., **Cultura e identidad. El arte de las marcas**, Blume., 2006

Aaker, D., **Construir marcas poderosas**, Gestión 2000, 2002

Álvarez Marañón, G., **El arte de presentar : cómo planificar, estructurar, diseñar y exponer presentaciones**, Gestión 2000, 2020

#### Bibliografía Complementaria

Nguyen, Kenny, **Presentaciones memorables : crea experiencias únicas que cautiven a tu audiencia**, Empresa Activa,, 2017

García Carbonell, R., **Presentaciones efectivas en público : ideas, proyectos, informes, planes, objetivos, ponencias, comunicaciones**, Edaf, 2013

Ríos Nouveau, R., **Manual de presentaciones efectivas**, Editorial Emprenden, 2012

Estulín, D., **Cómo realizar con éxito presentaciones en público**, Grupo Negocios de Ediciones y Publicaciones : La G, 2004

Harris, D., **Directorio de caligrafía : 100 alfabetos completos y cómo caligrafiarlos**, Acanto, 2004

Martin, J., **Guía completa de caligrafía : técnicas y materiales**, Hermann Blume, 1996

**Trabajo autónomo y fomento del emprendimiento : mitos y realidades**, Bomarte, 2006

## Recomendaciones

### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Creación publicitaria para medios audiovisuales/P04M082V11119

Creatividad y mensaje publicitario/P04M082V11115

Dirección y gestión publicitaria/P04M082V11112

Diseño gráfico/P04M082V11116

Diseño y producción para nuevas tendencias en comunicación/P04M082V11211

Fotografía publicitaria/P04M082V11118

Planificación estratégica/P04M082V11114

Tendencias del sector/P04M082V11113