



DATOS IDENTIFICATIVOS

Prácticas académicas externas

Materia	Prácticas académicas externas			
Código	P04M082V11217			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	2c
Lingua de impartición	#EnglishFriendly Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	López de Aguieta Clemente, Carmen			
Profesorado	López de Aguieta Clemente, Carmen			
Correo-e	caguileta@uvigo.es			
Web	http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es			
Descrición xeral	Prácticas obrigatorias en empresas			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
A2	(*)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.
A3	
A4	(*)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.
B1	(*)Capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
B2	(*)Capacidad de tomar decisiones fundamentadas y resolver problemas en contextos profesionales en relación con el ámbito de la comunicación publicitaria y los procesos creativos.
B3	
B4	
B5	(*)Capacidad de gestionar la información (identificar, seleccionar, contextualizar, analizar y comunicar) e integrar conocimientos en relación con los entornos publicitarios y de diseño.
B6	(*)Capacidad para diseñar y gestionar proyectos complejos en el ámbito de la Publicidad y el Diseño.
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
C3	Fomentar la capacidad analítica, crítica y reflexiva en relación la creatividad publicitaria, con un conocimiento teórico, técnico y estético sobre los orígenes, el panorama actual y las nuevas tendencias de la dirección de arte en publicidad.
C6	Conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico, identificando los recursos, elementos y métodos utilizados.
C8	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.
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.
C14	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.

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
O alumno/a porá en práctica os coñecementos adquiridos durante o Máster incidindo na aplicación práctica dos mesmos.	A2
Entre os coñecementos adquiridos pódense atopar:	A3
- Crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.	A4
- Concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.	B1
- Escribir textos publicitarios con fluidez, e adecuación ás necesidades creativas dunha mensaxe.	B2
- Adaptarse ás esixencias creativas dos clientes que requiren a contratación dun servizo publicitario.	B3
- Adaptar unha mensaxe publicitaria aos seus distintos públicos.	B4
- Adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.	B5
- Coordinar equipos e liderar a creación de campañas publicitarias desde o punto de vista creativo.	B6
	C1
	C3
	C6
	C8
	C9
	C14
Como resultado da aprendizaxe e adquisición de habilidades o alumno debe;	
- Dominar as ferramentas de traballo para, de forma autónoma, exercer como creativo publicitario (nos seus máis diversas acepcións) unha vez finalizado e superado o Curso de Posgrao.	
- Asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.	
- Sistematizar a autoevaluación crítica de resultados: valoración da importancia de corrixir os erros cometidos no proceso creativo.	
- Organizar e calendarizar as tarefas de face a cumprir os prazos de entrega dos orixinais de acordo cunha estratexia publicitaria determinada.	

Contidos

Tema

Realización de prácticas como directores de arte, creativos publicitarios, deseñadores etc., en departamentos de arte de axencias, produtoras publicitarias, consultoras, e calquera outra empresa, preferentemente do sector, que precisen dous coñecementos dun director de arte e imaxe e de comunicación, proporcionando ou contacto directo co mundo profesional e profesionais especialistas.	Participación en período de prácticas dous alumnos en distintas empresas de diferente índole que requiran o perfil de alumnado do máster
	Finalizadas estas, o Coordinador/a de a materia recibirá un informe detallado achega das actividades realizadas polo alumno ou a alumna.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Prácticum, Practicas externas e clínicas	0	150	150
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.			

Metodoloxía docente

	Descrición
Prácticum, Practicas externas e clínicas	Prácticas obrigatorias nas empresas do sector e entrega dunha memoria final A normativa das prácticas académicas externas atópase publicada na páxina web do máster (http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es/gl/)

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Prácticum, Practicas externas e clínicas	Tutorización por parte do responsable da empresa na que levan a cabo as prácticas académicas externas, así como seguimento por parte do coordinador/a de a materia

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Prácticum, Practicas externas e clínicas	Execución do período de prácticas académicas na empresa e entrega dunha memoria das prácticas asinada polo titor ou titora da empresa	100	

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Creación publicitaria para medios audiovisuais/P04M082V11119

Creatividade e mensaxe publicitaria/P04M082V11115

Dirección e xestión publicitaria/P04M082V11112

Deseño gráfico/P04M082V11116

Deseño para medios dixitais/P04M082V11117

Deseño e produción para novas tendencias en comunicación/P04M082V11211

Fotografía publicitaria/P04M082V11118

Planificación estratéxica/P04M082V11114

Tendencias do sector/P04M082V11113

Teorías do deseño e a creatividade/P04M082V11111
