



DATOS IDENTIFICATIVOS

Producción para medios digitales

Asignatura	Producción para medios digitales			
Código	P04M082V11215			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	2c
Lengua Impartición	#EnglishFriendly Castellano			
Departamento				
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			
Descripción general	Introducción al software de referencia para la elaboración de contenidos web y multimedia.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Identificar y conocer los elementos necesarios en el campo del diseño y desarrollo para soportes interactivos, que permitan al estudiante lo desempeño competente en el ámbito profesional de la publicidad; y permitan al futuro profesional autonomía en el aprendizaje.	A5 C1
Adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los soportes publicitarios.	C10
Construir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces adaptados en cada momento a los cambios sociales y tecnológicos que se puedan producir.	C9 D1 D3
Desarrollar proyectos publicitarios innovadores introduciendo las novedades tecnológicas necesarias para adaptarlos a los diferentes soportes interactivos.	D2

Contenidos

Tema

Aproximación a lenguajes de desarrollo de proyectos web desde la perspectiva de la dirección de arte.

Lenguajes de desarrollo

Introducción al Marketing Digital y estrategia digital básica	1 Estrategias 2 Mensaje 3 Diseño
Comunicación Digital: Bases de SEO y Marketing de Contenidos	1. Social ads en Facebook: formatos 2. Social ads en Instagram: formatos 3. Creación de propuestas y análisis de casos
Bases de copywriting y Paid Media.	1. Que es el SEM y como funciona 2. Campañas de SEM en Google 3. Estrategias SEM
Diseño y usabilidad para medios digitales (FIGMA)	1. Perfiles profesionales en la producción digital 2. UX vs UI 3. UX. Principios básicos 4. UI. Sistemas de Diseño. 5. Herramientas de prototipado (*FIGMA): 5.1. Interface 5.2. Creación de prototipados 5.3 Medidas, tamaños, colores y tipografías. Creación de bibliotecas de estilos 5.4 Creación de componentes

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	5	5	10
Resolución de problemas de forma autónoma	7	35	42
Prácticas de laboratorio	5	0	5
Proyecto	3	15	18

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Explicación de los conceptos básicos de la materia con ejemplos prácticos, acercando material audiovisual durante las sesiones.
Resolución de problemas de forma autónoma	Desarrollo de un proyecto interactivo
Prácticas de laboratorio	Desarrollo de banners

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas de forma autónoma	Desarrollo de un proyecto interactivo
Prácticas de laboratorio	Presentación de un concepto creativo coherente con las bases actuáis del Marketing Digital

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Resolución de problemas de forma autónoma	Realización de proyectos para soportes interactivos	40	A5 C1 C9 C10
Prácticas de laboratorio	Diseño de campaña Sem	20	C9 D3
Proyecto	Realización de proyecto para soportes interactivos	40	A5 C10 D1 D2

Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumno optará la dos tipos de calificación: evaluación continua y evaluación global

El alumnado deberá informar al docente de su renuncia expresa al sistema de evaluación continua en el plazo establecido por el centro para tal fin, adjuntando cubierto y firmado el documento habilitado para tal fin.

1- Evaluación continua. Se aplicarán los porcentajes y conceptos #anterior (Resolución de problemas de forma autónoma, prácticas de laboratorio y proyecto), con las siguientes consideraciones:

Asistencia a las clases no es obligatoria, pero es deseable ya que será donde se explique la base de la materia. En la segunda convocatoria (julio) se aplicarán los mismos criterios de calificación, aunque el Aprendizaje Colaborativo y Observación Sistemática, no serán re-evaluados, manteniéndose la calificación de la primera edición. El alumno tendrá que mejorar su calificación mediante un proyecto individual.

2. Evaluación global -De acuerdo al establecido en el Estatuto del Estudiante de la Universidad de Vigo, el alumno que no opte por la modalidad de evaluación continua, tendrá derecho a una prueba global en las fechas que la Facultad determine. Será una prueba única y que tendrá una calificación entre 0 y 10, igual que en la evaluación continua.

La prueba de evaluación global se realizará en la fecha y horarios previstos por el centro en el calendario de exámenes oficial. El estudiante deberá superar todas y cada una de las pruebas de evaluación previstas que se detallan a continuación obteniendo una cualificación mínima de 5 puntos en cada una de ellas.

Esta modalidad consistirá en tres prácticas, dos de ellas deberán entregarse lo la dice del examen y la presentación del trabajo. Realización del proyecto interactivo siguiendo las indicaciones dadas por el docente (40%) Diseño de una campaña SEM (20%) Presentación del proyecto realizado indicando en detalle cada una de las fases de desarrollo (40% de la calificación)

En la segunda convocatoria (julio) se aplicarán los mismos criterios de calificaciones.

NOTAS de INTERÉS

El estudiante debe superar con la nota mínima (5 puntos sobre 10 o equivalente) cada uno de los trabajos o ejercicios contemplados en cada una de las metodologías o pruebas. Es necesario entregar y superar todas las actividades y trabajos propuestos para aprobar la materia. La detección de prácticas fraudulentas o plagio de código conllevará el suspenso en la materia.

Fuentes 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

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Diseño y producción para nuevas tendencias en comunicación/P04M082V11211

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Diseño para medios digitales/P04M082V11117

Otros comentarios

Materia de carácter optativo
