



DATOS IDENTIFICATIVOS

Diseño Web e Multimedia

Materia	Diseño Web e Multimedia			
Código	P04M082V01107			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Martínez Rolán, Luís Xabier			
Profesorado	Legerén Lago, Beatriz Martínez Rolán, Luís Xabier			
Correo-e	xabier.rolan@uvigo.es			
Web	http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es			
Descrición xeral	A produción online como soporte expresivo propio da produción gráfica e publicitaria.			

Competencias

Código	
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
C1	Dotar os estudantes da formación e instrumentos necesarios para o desempeño competente de actividades de carácter profesional vinculadas á creatividade publicitaria.
C8	Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.
C13	Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.
C16	Capacidade para adaptar unha mensaxe publicitaria aos seus distintos públicos.
C20	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.
D2	Capacidade de traballar de forma autónoma como creativo publicitario (nas súas máis diversas acepcións) unha vez finalizado e superado o curso de posgrao.
D4	Práctica sistemática de autoavaliación crítica de resultados: valoración da importancia de corrixir os erros cometidos no proceso creativo.
D5	Habilidade para a organización e temporalización das tarefas de cara a cumprir os prazos de entrega dos orixinais de acordo cunha estratexia publicitaria determinada.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar os recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria para soportes interactivos	A5 C8
Deseñar proxectos interactivos de forma individual, nos que establecer as fases necesarias para a creación dos mesmos (*Diagrama de navegación, estrutura de pantallas, esbozos de *interface...)	C13 D4
Formular unha mensaxe publicitaria para os diferentes públicos aos que vai dirixido.	C16
Adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.	C1 D2
Defender e expor de forma adecuada un traballo académico conforme aos canons das disciplinas de ciencias da comunicación.	C20
Desenvolver produtos interactivos para internet en base ao deseño anteriormente proposto, seguindo a planificación formulada e aceptada.	D5

Contidos	
Tema	
- Posibilidades expresivas de internet e os medios Principais formatos interactivos	
- As claves do deseño web	Deseño da información Deseño da interactividad Deseño visual Deseño da usabilidade. Deseño orientado o usuario Malas prácticas no deseño
- Proceso e técnicas de creación	CMS Principios básicos de WordPress Creación de contidos Portfolios dixitais
- Campañas publicitarias multimedia	Elaboración de informes Casos de éxito Tendencias

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos	8	20	28
Traballo tutelado	8	32	40
Lección maxistral	5	0	5
Observación sistemática	2	0	2

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

Metodoloxía docente	
	Descrición
Estudo de casos	Estudo de casos prácticos por parte do alumno nas que apliquen os coñecementos achegados nas sesións maxistrais e de análises cada un deles.
Traballo tutelado	O alumno deberá realizar un traballo práctico no que se aplicarán os coñecementos adquiridos na materia, que consistirá na elaboración dun proxecto web
Lección maxistral	Explicación teórica dos contidos da materia ligados ao deseño web e multimedia

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballo tutelado	O estudante pode solicitar e realizar tutorías tanto de forma presencial como telemática a través de Faitic e as salas de profesorado do Campus Remoto.

Avaliación					
	Descrición	Cualificación Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Estudo de casos	Análise de casos publicitarios de carácter multimedia	40	A5	C1 C8 C20	D4
Traballo tutelado	Avaliáse o deseño dun produto de información interactivo que será parte do traballo final do alumno.	50		C1 C13 C16	D2 D5
Observación sistemática	Asistencia, participación proactiva e resolución de pequenos exercicios en clase	10	A5	C20	D4

Outros comentarios sobre a Avaliación	
Avaliáse o deseño da arquitectura da información e necesidades técnicas dun proxecto interactivo, así como a súa implementación formal nun espazo web, que será parte do traballo final do alumno.	

Bibliografía. Fontes de información	
Bibliografía Básica	
Nielsen, J, Design Web Usability , New Riders Publishing, 2000	
Adams, Cameron, The art Science of CSS , Sitepoint, 2007	
Beaird, j, The principles of Beatiful web design , Sitepoint, 2010	
Lala, Rajesh, Digital Design Essentials: 100 ways to design better desktop, web, and mobile interfaces , Rockport, 2013	

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Producción Publicitaria en Medios Interactivos/P04M082V01204

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Deseño Gráfico/P04M082V01104

Outros comentarios

Materia de *carácter obrigatorio

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===

Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===

Mantéñense todas, xa que se poden levar a cabo a través do campus remoto, tanto de xeito síncrono como de xeito asíncrono.

* Mecanismo non presencial de atención ao alumnado (titorías)

Os alumnos poden concertar e asistir a titorías a través de Faitic e das salas de profesorado do Campus Remoto

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===

No caso de suspensión de clases, a observación sistemática (10%) anúlase e a nota do traballo e estudos de caso (50% e 40%) pasa a computar o 100% da materia. Mantéñense as puntuacións, con independencia de se se realizou ou non a proba no momento da suspensión, e ao final pondérase ese 90% para poder acadar o 100% mediante unha regra de tres.