



DATOS IDENTIFICATIVOS

Producción Publicitaria en Medios Convencionais

| | | | | |
|--------------------|---|----------|-------|--------------|
| Materia | Producción Publicitaria en Medios Convencionais | | | |
| Código | P04M082V01202 | | | |
| Titulación | Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade | | | |
| Descritores | Creditos ECTS | Carácter | Curso | Cuadrimestre |
| | 3 | OP | 1 | 2c |
| Lingua impartición | Castelán | | | |
| Departamento | | | | |
| Coordinador/a | López de Aguieta Clemente, Carmen | | | |
| Profesorado | López de Aguieta Clemente, Carmen | | | |
| Correo-e | caguieta@uvigo.es | | | |
| Web | http://www.direccionarte.es | | | |
| Descrición xeral | Técnicas creativas utilizadas nos medios de comunicación convencionais. | | | |

Competencias

| Código | | Tipoloxía |
|--------|---|--------------------------|
| CE7 | Coñecemento da dirección de arte en publicidade como unha disciplina profesional autónoma. | • saber |
| CE8 | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico. | • saber |
| CE9 | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria. | • saber |
| CE10 | Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global. | • saber • saber facer |
| CE11 | Coñecementos básicos para situar a actividade publicitaria nun contexto de competencia local, nacional e internacional, incidindo na importancia das técnicas creativas como un activo publicitario diferencial. | • saber |
| CE12 | Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario. | • saber facer |
| CE13 | Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria. | • saber facer |
| CE14 | Capacidade para escribir textos publicitarios con fluidez, e adecuación ás necesidades creativas dunha mensaxe. | • saber facer |
| CE15 | Capacidade de adaptarse ás esixencias creativas dos clientes que requiren a contratación dun servizo publicitario. | • saber facer |
| CE16 | Capacidade para adaptar unha mensaxe publicitaria aos seus distintos públicos. | • saber facer |
| CE17 | Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios. | • saber facer |
| CE18 | Capacidade para analizar campañas publicitarias desde un punto de vista crítico, atendendo aos parámetros básicos da análise creativa publicitario, considerando as mensaxes icónicas como textos e produtos das condicións sociopolíticas e culturais dunha época histórica determinada. | • saber facer |
| CE20 | 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. | |
| CE22 | Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación. | |
| CE23 | Capacidade para percibir criticamente a sucesión de tendencias creativas que ofrece o universo publicitario que nos rodea, onde as historias e os relatos son froito dunha sociedade determinada, produto dunhas condicións sociopolíticas e culturais dunha época histórica concreta. | |

Resultados de aprendizaxe

| Resultados de aprendizaxe | Competencias |
|--|---|
| Aplicar recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria para poder crear orixinais publicitarios no marco dunha estratexia corporativa global. | CE8 CE9 CE10 CE11 CE16 CE17 CE18 CE22 CE23 CT3 |
| Achegar á mensaxe as esixencias creativas dos clientes que requiren a contratación dun servizo publicitario. E analizar campañas publicitarias desde un punto de vista crítico, atendendo aos parámetros básicos da análise creativa publicitario, considerando as mensaxes *icónicas como textos e produtos das condicións *sociopolíticas e culturais dunha época histórica determinada. | CE7 CE12 CE13 CE15 CE16 CE17 CE18 CE22 CE23 |
| Escribir textos publicitarios con fluidez, e adecuación ás necesidades creativas dunha mensaxe para medios convencionais. | CE14 CE15 CE20 |
| Asumir responsabilidades, xerar ideas innovadoras e desenvolver os contidos para unha campaña en medios convencionais. | CT3 |

Contidos

| Tema |
|---|
| - Los Medios Masivos como soportes y difusores de los mensajes publicitarios - Medios Masivos características y peculiaridades |
| - Taller de producción publicitaria gráfica para medios convencionais - Taller de producción publicitaria gráfica para medios convencionais |

Planificación docente

| | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Presentación | 2 | 4 | 6 |
| Traballo tutelado | 15 | 30 | 45 |
| Lección maxistral | 8 | 16 | 24 |

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

Metodoloxía docente

| | Descrición |
|-------------------|--|
| Presentación | Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que elaboraron neste módulo. |
| Traballo tutelado | Elaboración dun traballo titorizado a partir dos contidos teóricos desenvolvidos na materia: creación dunha campaña publicitaria para medios convencionais |
| Lección maxistral | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, achegando material audiovisual durante as sesións. |

Atención personalizada

| Metodoloxías | Descrición |
|-------------------|---|
| Traballo tutelado | Seguimento do traballo desenvolvido para o módulo previa exposición na aula |

Avaliación

| Descrición | Cualificación | Competencias Avaliadas |
|------------|---------------|------------------------|
|------------|---------------|------------------------|

| | | | |
|-------------------|---|----|---|
| Presentación | Exposición do traballo final do módulo. | 15 | CE12 CE13 CE15 CE17 CE20 CT3 |
| Traballo tutelado | Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega tras a impartición do módulo. | 85 | CE7 CE8 CE9 CE10 CE11 CE14 CE16 CE18 CE22 CE23 |

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

GARCÍA UCEDA, M., Las claves de la publicidad., ESIC, 1999, Madrid

ROYO VELA, M., Comunicación publicitaria., Minerva, 2002, Madrid

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Outros comentarios

Materia de carácter *optativo
