

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Publicidade Alternativa				
Materia	Publicidade Alternativa			
Código	P04M082V01206			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OP	1	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a				
Profesorado	Valderrama Santomé, Mónica			
Correo-e				
Web	http://www.direccionarte.es			
Descrición xeral	Street marketing e publicidade de guerrilla			

Competencias	
Código	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
C8	Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.
C9	Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.
C10	Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.
C11	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.
C12	Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.
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.
C17	Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.
C22	Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación.
C23	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.
D3	Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
(*)	C9

(*)	A2 C8 C9 C22 C23 D3
(*)	C10
(*)	C11
(*)	C12
(*)	C13
(*)	C16
(*)	C17
(*)	C22
(*)	C23
(*)	D3

Contidos	
Tema	
Street marketing	Street marketing
Publicidade de guerrilla	Publicidade de guerrilla
Outras posibilidades alternativas de comunicación publicitaria	

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Presentación	2	3	5
Debate	2	2	4
Estudo de casos	6	30	36
Lección maxistral	15	15	30
*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 estudios de casos que teñen elaborado neste módulo.
Debate	Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate.
Estudo de casos	Estudio de casos prácticos por parte do alumnado nas que apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistrais e de análise de cada un deles.
Lección maxistral	Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Presentación	Encárgase un traballo que será exposto por parte do alumno/a. Seguimento *tutorizado por vía electrónica unha vez finalizada a docencia presencial.

Avaliación				
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Presentación	Exposición do traballo final do módulo.	15	C13 C16 C17 C22 C23	D3
Debate	Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate..	15	C12 C13 C17 C22 C23	D3

Lección maxistral	Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega trala impartición do módulo.	70	A2	C8 C9 C10 C11 C12 C23	D3

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Gonzálvez, E./Valderrama, M.(ed.), **Comunicación actual :redes sociales y lo 2.0 y 3.0**, Ediciones universitarias McGraw-Hill, 2014

Bibliografía Complementaria

Reyes, F. y Chojin, **Rap. 25 años de rimas**, Ed Viceversa, 2010

Perez del Campo Enrique, **Comunicación fuera de los medios Below the line**, 2002

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Movementos Artísticos e Gráficos/P04M082V01103

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Produción Publicitaria en Medios non Convencionais/P04M082V01203