



## Facultade de CC. Sociais e da Comunicación

### Mais info na Web da Facultade

<http://www.csc.uvigo.es/>

(\*)

(\*)

## Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade

### Materias

#### Curso 1

| Código        | Nome                                                     | Cuadrimestre | Cr.totais |
|---------------|----------------------------------------------------------|--------------|-----------|
| P04M082V01101 | Teorías acerca do Deseño, a Imaxe e a Creatividade       | 1c           | 3         |
| P04M082V01102 | Dirección e Xestión da Actividade Publicitaria           | 1c           | 3         |
| P04M082V01103 | Movements Artísticos e Gráficos                          | 1c           | 3         |
| P04M082V01104 | Deseño Gráfico                                           | 1c           | 6         |
| P04M082V01105 | Elaboración da Mensaxe Publicitaria                      | 1c           | 6         |
| P04M082V01106 | Deseño Editorial e Tipográfico                           | 1c           | 3         |
| P04M082V01107 | Deseño Web e Multimedia                                  | 1c           | 3         |
| P04M082V01108 | Creación de Contidos Audiovisuais                        | 1c           | 3         |
| P04M082V01109 | Execución, Tratamento Fotográfico e Artefinalismo        | 2c           | 3         |
| P04M082V01201 | Creación de Identidade Corporativa Gráfica e Ilustración | 2c           | 3         |
| P04M082V01202 | Producción Publicitaria en Medios Convencionais          | 2c           | 3         |
| P04M082V01203 | Producción Publicitaria en Medios non Convencionais      | 2c           | 3         |
| P04M082V01204 | Producción Publicitaria en Medios Interactivos           | 2c           | 3         |
| P04M082V01205 | Producción Publicitaria Audiovisual                      | 2c           | 3         |
| P04M082V01206 | Publicidade Alternativa                                  | 2c           | 3         |
| P04M082V01207 | Prácticas en Empresas                                    | 2c           | 6         |



| <b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>                              |                                                                                                                                                                                            |        |       |              |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| <b>Teorías acerca do Deseño, a Imaxe e a Creatividade</b> |                                                                                                                                                                                            |        |       |              |
| Materia                                                   | Teorías acerca do Deseño, a Imaxe e a Creatividade                                                                                                                                         |        |       |              |
| Código                                                    | P04M082V01101                                                                                                                                                                              |        |       |              |
| Titulación                                                | Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade                                                                                                                                   |        |       |              |
| Descritores                                               | Creditos ECTS                                                                                                                                                                              | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                                                           | 3                                                                                                                                                                                          | OB     | 1     | 1c           |
| Lingua de impartición                                     |                                                                                                                                                                                            |        |       |              |
| Departamento                                              | Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo                                                                                                                                       |        |       |              |
| Coordinador/a                                             | Perez Seoane, Jesus                                                                                                                                                                        |        |       |              |
| Profesorado                                               | Perez Seoane, Jesus<br>Tena Parera, Daniel                                                                                                                                                 |        |       |              |
| Correo-e                                                  | jpseoane@uvigo.es                                                                                                                                                                          |        |       |              |
| Web                                                       | http://www.direccionarte.es                                                                                                                                                                |        |       |              |
| Descrición xeral                                          | Conceptos básicos utilizados en diseño gráfico, teoría general de la imagen y la creatividad publicitaria como soluciones creativas de comunicación para las necesidades de un anunciante. |        |       |              |

| <b>Competencias de titulación</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| A3                                | Formar profesionais capacitados para desenvolver a actividade publicitaria desde o respecto aos dereitos fundamentais dos homes e mulleres que viven nunha sociedade de consumo e salientando aqueles aspectos relativos aos principios da igualdade de xénero.                           |
| A4                                | Desenvolver a capacidade para construír e planificar discursos propios da comunicación publicitaria para a elaboración de campañas comunicativas, adecuando as estratexias e as mensaxes aos obxectivos establecidos e aos diferentes públicos.                                           |
| A18                               | 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. |
| A21                               | Coñecementos das diferentes teorías do deseño, a imaxe e a creatividade publicitaria.                                                                                                                                                                                                     |
| A23                               | 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.    |

| <b>Competencias de materia</b>                                                                                                                                                                                                                   |             |                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------------------------------------|
| Resultados previstos na materia                                                                                                                                                                                                                  | Tipoloxía   | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
| (*)Formar a profesionales que desarrollen la actividad publicitaria desde el respeto a la igualdad de género                                                                                                                                     | saber       | A3                                    |
| (*)Desarrollar la capacidad para construir y planificar discursos propios de comunicación publicitaria para la elaboración de campañas adecuadas a las estrategias, así como mensajes dirigidos al público objetivo al que se pretende impactar. | saber       | A4                                    |
| (*)Capacidad de análisis de campañas publicitarias atendiendo a los parámetros básicos de las teorías sobre creatividad considerando los mensajes icónicos como textos y productos en un contexto social y cultural específico.                  | saber hacer | A18                                   |
| (*)Conocimiento de las diferentes teorías del diseño, la imagen y la creatividad publicitaria.                                                                                                                                                   | saber       | A21                                   |
| (*)Capacidad para percibir críticamente la sucesión de tendencias creativas que ofrece el universo publicitario dentro del contexto social, cultural e histórico en el que se enmarca.                                                           | saber       | A23                                   |

| <b>Contidos</b>                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tema                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| - O valor comunicativo da imaxe | Réplicas completas (artificiais)<br>Facsimil, fotografía, representación, descrición detallada e formas gráficas icónicas, mapas (cartografía diagramática), diagramas, modelos funcionais, estruturas formais, árbores, gráficos e símbolos pictografía, caricatura, imaxen publicitaria, símbolos poético-artísticos |

|                                |                                                                                                                       |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| - Narración e gramática visual | O sistema narrativo audiovisual.<br>Os modelos del análise narrativa.<br>O modelo gramatical.<br>A sintaxe narrativa. |
| - A función do deseño          | Elementos Conceptuais<br>Elementos Visuais<br>Elementos de Relación<br>Elementos Prácticos                            |

| Planificación                          |               |                    |              |
|----------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
|                                        | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
| Estudo de casos/análises de situacións | 5             | 50                 | 55           |
| Presentacións/exposicións              | 2             | 2                  | 4            |
| Debates                                | 2             | 4                  | 6            |
| Sesión maxistral                       | 5             | 5                  | 10           |

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

| Metodoloxía docente                    |                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                        | Descrición                                                                                                                                                  |
| Estudo de casos/análises de situacións | Estudio de identidades de marca por parte do alumno nas que apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistras e de análise sobre os casos prácticos. |
| Presentacións/exposicións              | Exposición individual do traballo sobre a identidade visual elaborada neno módulo.                                                                          |
| Debates                                | Debate sobre as tendencias creativas na actividade publicitaria tomando en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas.            |
| Sesión maxistral                       | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.                                     |

| Atención personalizada                 |                                                                    |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Metodoloxías                           | Descrición                                                         |
| Estudo de casos/análises de situacións | Supervisión metodolóxica do traballo previa á exposición do mesmo. |

| Avaliación                |                                                                                                                                      |               |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
|                           | Descrición                                                                                                                           | Cualificación |
| Presentacións/exposicións | Exposición do traballo final do módulo.                                                                                              | 15            |
| Debates                   | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grado de preparación sobre a temática proposta durante o debate. | 15            |
| Sesión maxistral          | Evaluarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega tras a impartición do módulo.                    | 70            |

#### Outros comentarios sobre a Avaliación

#### Bibliografía. Fontes de información

| Recomendacións                                               |  |
|--------------------------------------------------------------|--|
| Materias que continúan o temario                             |  |
| Dirección e Xestión da Actividade Publicitaria/P04M082V01102 |  |
| Movementos Artísticos e Gráficos/P04M082V01103               |  |

| Outros comentarios               |  |
|----------------------------------|--|
| Materia de carácter introdutorio |  |

| <b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>                          |                                                                                                                                                                                                       |        |       |              |
|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| <b>Dirección e Xestión da Actividade Publicitaria</b> |                                                                                                                                                                                                       |        |       |              |
| Materia                                               | Dirección e Xestión da Actividade Publicitaria                                                                                                                                                        |        |       |              |
| Código                                                | P04M082V01102                                                                                                                                                                                         |        |       |              |
| Titulación                                            | Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade                                                                                                                                              |        |       |              |
| Descritores                                           | Creditos ECTS                                                                                                                                                                                         | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                                                       | 3                                                                                                                                                                                                     | OB     | 1     | 1c           |
| Lingua de impartición                                 |                                                                                                                                                                                                       |        |       |              |
| Departamento                                          | Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo                                                                                                                                                  |        |       |              |
| Coordinador/a                                         | Lopez de Aguieta Clemente, Carmen                                                                                                                                                                     |        |       |              |
| Profesorado                                           | Lopez de Aguieta Clemente, Carmen<br>Rumbao Serrano, Ana                                                                                                                                              |        |       |              |
| Correo-e                                              | caguieta@uvigo.es                                                                                                                                                                                     |        |       |              |
| Web                                                   | http://www.direccionarte.es                                                                                                                                                                           |        |       |              |
| Descrición xeral                                      | Reflexión en torno a la gestión publicitaria, con especial énfasis en la gestión creativa publicitaria, la conceptualización de la dirección de arte y el papel del anunciante en el proceso creativo |        |       |              |

### Competencias de titulación

|        |                                                                                                                                                                                                                                |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                                                                |
| A7     | Coñecemento da dirección de arte en publicidade como unha disciplina profesional autónoma.                                                                                                                                     |
| A9     | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.                                                                                          |
| A10    | Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.                                                                                 |
| A11    | 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.               |
| A15    | Capacidade de adaptarse ás esixencias creativas dos clientes que requiren a contratación dun servizo publicitario.                                                                                                             |
| A19    | Capacidade para coordinar equipos e liderar a creación de campañas publicitarias desde o punto de vista creativo.                                                                                                              |
| A20    | 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. |
| B5     | Habilidade para a organización e temporalización das tarefas de cara a cumprir os prazos de entrega dos orixinais de acordo cunha estratexia publicitaria determinada.                                                         |

### Competencias de materia

| Resultados previstos na materia                                                   | Tipoloxía         | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------------------------|
| Conocimiento del proceso de planificación estratégica de una campaña publicitaria | saber             | A7                                    |
| (*)                                                                               | saber             | A9                                    |
| (*)                                                                               | saber             | A10                                   |
| (*)                                                                               | saber             | A11                                   |
| (*)                                                                               | saber facer       | A15                                   |
| (*)                                                                               | saber facer       | A19                                   |
| (*)                                                                               | saber facer       | A20                                   |
| (*)                                                                               | Saber estar / ser | B5                                    |

### Contidos

|                                                       |                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tema                                                  |                                                                                                         |
| 1. Estructuras del sistema publicitario               | 1.1. La agencia<br>1.2. El anunciante<br>1.3. Los medios<br>1.4. Otros actores del proceso publicitario |
| (*)- Tipos y estructura de las agencias de publicidad | (*)Tipología agencias publicitarias                                                                     |
| (*)- La dirección de arte en la empresa publicitaria  | (*)Gestión creatividad publicitaria                                                                     |
| (*)- El proceso creativo publicitario                 | (*)Proceso creativo publicitario                                                                        |

| Planificación                                                                                                            |               |                    |              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
|                                                                                                                          | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
| Debates                                                                                                                  | 2             | 4                  | 6            |
| Presentacións/exposicións                                                                                                | 2             | 2                  | 4            |
| Estudo de casos/análises de situacións                                                                                   | 5             | 50                 | 55           |
| Sesión maxistral                                                                                                         | 5             | 5                  | 10           |
| *Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado. |               |                    |              |

| Metodoloxía docente                    |                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                        | Descrición                                                                                                                                           |
| Debates                                | Debate sobre os contidos da materia tomando en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas.                                 |
| Presentacións/exposición               | Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que teñen elaborado no módulo.                                                           |
| Estudo de casos/análises de situacións | Estudio de casos prácticos por parte dos alumnos nas que se apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistrais e de análise de cada un deles. |
| Sesión maxistral                       | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.                              |

| Atención personalizada    |                                                   |
|---------------------------|---------------------------------------------------|
| Metodoloxías              | Descrición                                        |
| Presentacións/exposicións | El profesor realizará sesiones de tutorías online |

| Avaliación                |                                                                                                                                     |               |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
|                           | Descrición                                                                                                                          | Cualificación |
| Debates                   | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate. | 15            |
| Presentacións/exposicións | Exposición do traballo final de módulo                                                                                              | 15            |
| Sesión maxistral          | Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se presentará trala impartición do módulo.                 | 70            |

#### Outros comentarios sobre a Avaliación

#### Bibliografía. Fontes de información

| Recomendacións                                                   |  |
|------------------------------------------------------------------|--|
| Materias que continúan o temario                                 |  |
| Movementos Artísticos e Gráficos/P04M082V01103                   |  |
| Teorías acerca do Deseño, a Imaxe e a Creatividade/P04M082V01101 |  |

| <b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>            |                                                                                                                                                                           |        |       |              |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| <b>Movimentos Artísticos e Gráficos</b> |                                                                                                                                                                           |        |       |              |
| Materia                                 | Movimentos Artísticos e Gráficos                                                                                                                                          |        |       |              |
| Código                                  | P04M082V01103                                                                                                                                                             |        |       |              |
| Titulación                              | Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade                                                                                                                  |        |       |              |
| Descritores                             | Creditos ECTS                                                                                                                                                             | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                                         | 3                                                                                                                                                                         | OB     | 1     | 1c           |
| Lingua de impartición                   |                                                                                                                                                                           |        |       |              |
| Departamento                            | Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo                                                                                                                      |        |       |              |
| Coordinador/a                           | Gutierrez Gonzalez, Pedro Pablo                                                                                                                                           |        |       |              |
| Profesorado                             | Aler López, Alberto<br>Gutierrez Gonzalez, Pedro Pablo                                                                                                                    |        |       |              |
| Correo-e                                | pablogtz@uvigo.es                                                                                                                                                         |        |       |              |
| Web                                     | http://www.direccionarte.es                                                                                                                                               |        |       |              |
| Descrición xeral                        | Repaso de las principales corrientes artistas y gráficas de las que se nutre la publicidad prestando especial atención a las tendencias creativas publicitarias actuales. |        |       |              |

| <b>Competencias de titulación</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| A8                                | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                                                                                                                         |
| A9                                | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.                                                                                                                                                     |
| A18                               | 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. |
| A21                               | Coñecementos das diferentes teorías do deseño, a imaxe e a creatividade publicitaria.                                                                                                                                                                                                     |
| A22                               | Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación.                                                                                                  |
| A23                               | 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.    |
| B1                                | Capacidade de adaptación aos cambios e novos medios do mercado publicitario.                                                                                                                                                                                                              |

| <b>Competencias de materia</b>  |                   |                                       |
|---------------------------------|-------------------|---------------------------------------|
| Resultados previstos na materia | Tipoloxía         | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
| (*)                             | saber             | A8                                    |
| (*)                             | saber             | A9                                    |
| (*)                             | saber facer       | A18                                   |
| (*)                             | saber             | A21                                   |
| (*)                             | saber facer       | A22                                   |
| (*)                             | saber facer       | A23                                   |
| (*)                             | Saber estar / ser | B1                                    |

| <b>Contidos</b>                                   |                                                   |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Tema                                              |                                                   |
| (*)                                               | (*)                                               |
| (*)- El impresionismo y sus reacciones            | (*)- El impresionismo y sus reacciones            |
| (*)- Las vanguardias y el arte moderno            | (*)- Las vanguardias y el arte moderno            |
| (*)- Nuevas tendencias artísticas                 | (*)- Nuevas tendencias artísticas                 |
| (*)- Principales escuelas de diseño contemporáneo | (*)- Principales escuelas de diseño contemporáneo |
| (*)- Claves del diseño publicitario               | (*)- Claves del diseño publicitario               |

| <b>Planificación</b> |               |                    |              |
|----------------------|---------------|--------------------|--------------|
|                      | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |

|                                        |   |    |    |
|----------------------------------------|---|----|----|
| Presentacións/exposicións              | 2 | 2  | 4  |
| Debates                                | 2 | 4  | 6  |
| Estudo de casos/análises de situacións | 5 | 50 | 55 |
| Sesión maxistral                       | 5 | 5  | 10 |

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

### Metodoloxía docente

|                                        | Descrición                                                                                                              |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presentacións/exposicións              | Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que elaboraron neste módulo.                                |
| Debates                                | Debate sobre os contidos da asignatura tomando en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas. |
| Estudo de casos/análises de situacións | Debate sobre os contidos da asignatura tomando en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas. |
| Sesión maxistral                       | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións. |

### Atención personalizada

| Metodoloxías              | Descrición                                                                                                                                                       |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sesión maxistral          | El profesor realizará sesións de tutorías presenciais e online, así como traballo previo a cada un das exposicións, co fin de completar o seu portfolio persoal. |
| Presentacións/exposicións | El profesor realizará sesións de tutorías presenciais e online, así como traballo previo a cada un das exposicións, co fin de completar o seu portfolio persoal. |

### Avaliación

|                           | Descrición                                                                                                                            | Cualificación |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Presentacións/exposicións | Exposición do traballo final do *módulo.                                                                                              | 15            |
| Debates                   | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grado de preparación sobre a *temática proposta durante o debate. | 15            |
| Sesión maxistral          | Evaluarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega trala *impartición do *módulo.                    | 70            |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

### Bibliografía. Fontes de información

- CALVO SERRALLER, F. Y PORTÚS, J. Fuentes de la Historia del Arte II. Madrid, Colección [Conocer el Arte] nº 22, Historia 16, 2001.
- CHECA CREMADES, F. ; GARCIA FELGUERA, Mº S. ; MORAN TURINA, J. Guía para el estudio de la historia del arte. Madrid, Cátedra, 1980.
- FERNÁNDEZ ARENAS, José. Teoría y metodología de la historia del arte. Barcelona, Anthropos, 1982.
- FREIXA, Mireia: Introducción a la Historia del Arte. Barcelona, Barcanova, 1990.
- SCHLOSSER, Julius von: La literatura artística. Viena, 1924. Edc. Castellana con adicciones para el ámbito hispánico en Madrid, Cátedra, 1976.
- VV.AA. Fuentes y documentos para la Historia del Arte. Gustavo Gili, Barcelona, 1982
- VV.AA. Colección Fuentes de arte. Dirigida por Yago Barja de Quiroga. Varios volúmenes. Madrid, Akal, Serie Mayor, 1991
- VV.AA. Colección de fuentes para el estudio de la Historia del Arte. EPHIALTE, Vitoria-Gasteiz, 1991.
- YARZA LUACES, Joaquín.: Fuentes de la Hª del Arte I. Madrid, Colección [Conocer el Arte], nº 21, Historia 16, 1997.

### Recomendacións

#### Materias que continúan o temario

Dirección e Xestión da Actividade Publicitaria/P04M082V01102

Teorías acerca do Deseño, a Imaxe e a Creatividade/P04M082V01101

| <b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b> |                                                                                                                                                           |        |       |              |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| <b>Diseño Gráfico</b>        |                                                                                                                                                           |        |       |              |
| Materia                      | Diseño Gráfico                                                                                                                                            |        |       |              |
| Código                       | P04M082V01104                                                                                                                                             |        |       |              |
| Titulación                   | Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade                                                                                                  |        |       |              |
| Descritores                  | Creditos ECTS                                                                                                                                             | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                              | 6                                                                                                                                                         | OB     | 1     | 1c           |
| Lingua de impartición        |                                                                                                                                                           |        |       |              |
| Departamento                 | Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo                                                                                                      |        |       |              |
| Coordinador/a                | Perez Seoane, Jesus                                                                                                                                       |        |       |              |
| Profesorado                  | Méndez González, Brais<br>Perez Seoane, Jesus                                                                                                             |        |       |              |
| Correo-e                     | jpseoane@uvigo.es                                                                                                                                         |        |       |              |
| Web                          | http://www.direccionarte.es                                                                                                                               |        |       |              |
| Descrición xeral             | Introducción a los programas de diseño gráfico asistido por ordenador, proporcionando a los estudiantes los rudimentos necesarios para plasmar sus ideas. |        |       |              |

### Competencias de titulación

|        |                                                                                                                                                                                          |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                          |
| A8     | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                        |
| A9     | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.                                                    |
| A10    | Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.                                           |
| A22    | Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación. |
| B1     | Capacidade de adaptación aos cambios e novos medios do mercado publicitario.                                                                                                             |
| B2     | Capacidade de traballar de forma autónoma como creativo publicitario (nas súas máis diversas acepcións) unha vez finalizado e superado o curso de posgrao.                               |
| B3     | Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.                            |

### Competencias de materia

| Resultados previstos na materia | Tipoloxía         | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|---------------------------------|-------------------|---------------------------------------|
| (*)                             | saber             | A8                                    |
| (*)                             | saber             | A9                                    |
| (*)                             | saber             | A10                                   |
| (*)                             | saber facer       | A22                                   |
| (*)                             | saber facer       | A22                                   |
| (*)                             | Saber estar / ser | B1                                    |
| (*)                             | Saber estar / ser | B2                                    |
| (*)                             | Saber estar / ser | B3                                    |

### Contidos

|                                                           |                                                           |
|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Tema                                                      |                                                           |
| - Programas de debuxo                                     | - Illustrator<br>- Freehand                               |
| (*)- Programas de retoque fotográfico: Photoshop          | (*)- Programas de retoque fotográfico: Photoshop          |
| (*)- Programas de diseño editorial: QuarkXpress//InDesign | (*)- Programas de diseño editorial: QuarkXpress//InDesign |

### Planificación

|                                        | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|----------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Presentacións/exposicións              | 4             | 4                  | 8            |
| Debates                                | 4             | 8                  | 12           |
| Sesión maxistral                       | 10            | 10                 | 20           |
| Estudo de casos/análises de situacións | 10            | 100                | 110          |

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

### Metodoloxía docente

|                                        | Descrición                                                                                                                                      |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presentacións/exposicións              | Exposición invidual do traballo sobre os estudos de caso que se elaboraron no módulo.                                                           |
| Debates                                | Debate sobre os contidos da materia tendo en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas.                              |
| Sesión maxistral                       | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.                         |
| Estudo de casos/análises de situacións | Estudo de casos prácticos por parte dos alumnos nas que apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistras e de análise de cada un deles. |

### Atención personalizada

| Metodoloxías              | Descrición                                                                                                                                                    |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presentacións/exposicións | O profesor realizará sesións de tutorías presenciais online, así como o traballo previo a cada unha das exposicións, a fin de completar o portafolio persoal. |

### Avaliación

|                           | Descrición                                                                                                                          | Cualificación |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Presentacións/exposicións | Exposición do traballo final do módulo.                                                                                             | 15            |
| Debates                   | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate. | 15            |
| Sesión maxistral          | Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entregue trala impartición do módulo.                   | 70            |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

### Bibliografía. Fontes de información

### Recomendacións

### Outros comentarios

Materia de carácter obrigatorio

| <b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>               |                                                                                                                                         |        |       |              |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| <b>Elaboración da Mensaxe Publicitaria</b> |                                                                                                                                         |        |       |              |
| Materia                                    | Elaboración da Mensaxe Publicitaria                                                                                                     |        |       |              |
| Código                                     | P04M082V01105                                                                                                                           |        |       |              |
| Titulación                                 | Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade                                                                                |        |       |              |
| Descritores                                | Creditos ECTS                                                                                                                           | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                                            | 6                                                                                                                                       | OB     | 1     | 1c           |
| Lingua de impartición                      |                                                                                                                                         |        |       |              |
| Departamento                               | Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo                                                                                    |        |       |              |
| Coordinador/a                              | Torres Romay, Emma                                                                                                                      |        |       |              |
| Profesorado                                | Romero Zaloña, Santiago<br>Torres Romay, Emma                                                                                           |        |       |              |
| Correo-e                                   |                                                                                                                                         |        |       |              |
| Web                                        | <a href="http://www.direccionarte.es">http://www.direccionarte.es</a>                                                                   |        |       |              |
| Descrición xeral                           | Una aproximación al proceso creativo y al desarrollo de ideas innovadoras que resuelvan las necesidades comunicativas de un anunciante: |        |       |              |

| <b>Competencias de titulación</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| A8                                | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                                                                                                                         |
| A9                                | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.                                                                                                                                                     |
| A10                               | Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.                                                                                                                                            |
| A12                               | Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.                                                                                                                                                                                               |
| A13                               | Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.                                                                                                                                                                          |
| A14                               | Capacidade para escribir textos publicitarios con fluidez, e adecuación ás necesidades creativas dunha mensaxe.                                                                                                                                                                           |
| A15                               | Capacidade de adaptarse ás esixencias creativas dos clientes que requiren a contratación dun servizo publicitario.                                                                                                                                                                        |
| A16                               | Capacidade para adaptar unha mensaxe publicitaria aos seus distintos públicos.                                                                                                                                                                                                            |
| A18                               | 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. |
| A20                               | 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.                                                            |
| A21                               | Coñecementos das diferentes teorías do deseño, a imaxe e a creatividade publicitaria.                                                                                                                                                                                                     |
| A22                               | Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación.                                                                                                  |
| A23                               | 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.    |
| B2                                | Capacidade de traballar de forma autónoma como creativo publicitario (nas súas máis diversas acepcións) unha vez finalizado e superado o curso de posgrao.                                                                                                                                |
| B3                                | Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.                                                                                                                             |

| <b>Competencias de materia</b>  |             |                                       |
|---------------------------------|-------------|---------------------------------------|
| Resultados previstos na materia | Tipoloxía   | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
| (*)                             | saber       | A8                                    |
| (*)                             | saber       | A9                                    |
| (*)                             | saber       | A10                                   |
| (*)                             | saber facer | A12                                   |
| (*)                             | saber facer | A13                                   |
| (*)                             | saber facer | A14                                   |
| (*)                             | saber facer | A15                                   |
| (*)                             | saber facer | A16                                   |
| (*)                             | saber facer | A18                                   |

|     |                   |     |
|-----|-------------------|-----|
| (*) | saber facer       | A20 |
| (*) | saber facer       | A21 |
| (*) | saber facer       | A22 |
| (*) | saber facer       | A23 |
| (*) | Saber estar / ser | B2  |
| (*) | Saber estar / ser | B3  |

## Contidos

|                                                                       |                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Tema                                                                  |                                                                       |
| (*)- Brief                                                            | (*)- Brief                                                            |
| (*)- Copy strategy                                                    | (*)- Copy strategy                                                    |
| (*)- Principales estrategias creativas                                | (*)- Principales estrategias creativas                                |
| (*)- Desarrollo de conceptos creativos eficaces                       | (*)- Desarrollo de conceptos creativos eficaces                       |
| (*)- La aplicación de los conceptos a los distintos medios y formatos | (*)- La aplicación de los conceptos a los distintos medios y formatos |
| (*)- Concept board y arte final. La presentación de proyectos         | (*)- Concept board y arte final. La presentación de proyectos         |

## Planificación

|                                        | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|----------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Debates                                | 4             | 8                  | 12           |
| Presentacións/exposicións              | 4             | 4                  | 8            |
| Estudo de casos/análises de situacións | 10            | 100                | 110          |
| Sesión maxistral                       | 10            | 10                 | 20           |

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

## Metodoloxía docente

|                                        | Descrición                                                                                                                                     |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Debates                                | Debate sobre os contidos da materia tomando en conta pezas publicitarias específicas.                                                          |
| Presentacións/exposición               | Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que teñen elaborado neste módulo.                                                  |
| Estudo de casos/análises de situacións | Estudio de casos prácticos por parte do alumnado nas que apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistrais e de análise cada un deles. |
| Sesión maxistral                       | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.                        |

## Atención personalizada

| Metodoloxías              | Descrición                                                                                                                                                      |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presentacións/exposicións | O profesor realizará sesións de tutorías presenciais e online, así como traballo previo a cada unha das exposicións, co fin de completar un portafolio persoal. |

## Avaliación

|                           | Descrición                                                                                                                          | Cualificación |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Debates                   | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate. | 15            |
| Presentacións/exposicións | Exposición do traballo final do módulo.                                                                                             | 15            |
| Sesión maxistral          | Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega trala impartición do módulo.                    | 70            |

## Outros comentarios sobre a Avaliación

## Bibliografía. Fontes de información

## Recomendacións

| <b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>          |                                                                                                      |        |       |              |
|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| <b>Diseño Editorial e Tipográfico</b> |                                                                                                      |        |       |              |
| Materia                               | Diseño Editorial e Tipográfico                                                                       |        |       |              |
| Código                                | P04M082V01106                                                                                        |        |       |              |
| Titulación                            | Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade                                             |        |       |              |
| Descritores                           | Creditos ECTS                                                                                        | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                                       | 3                                                                                                    | OB     | 1     | 1c           |
| Lingua de impartición                 |                                                                                                      |        |       |              |
| Departamento                          | Comunicación audiovisual e publicidade                                                               |        |       |              |
| Coordinador/a                         |                                                                                                      |        |       |              |
| Profesorado                           | Gutierrez Gonzalez, Pedro Pablo                                                                      |        |       |              |
| Correo-e                              |                                                                                                      |        |       |              |
| Web                                   | <a href="http://www.direccionarte.es">http://www.direccionarte.es</a>                                |        |       |              |
| Descrición                            | (*)La produción editorial como soporte expresivo propio de la produción gráfica y publicitaria xeral |        |       |              |

### Competencias de titulación

| Código |                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A8     | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                                                                                                                      |
| A9     | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.                                                                                                                                                  |
| A10    | Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.                                                                                                                                         |
| A12    | Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.                                                                                                                                                                                            |
| A15    | Capacidade de adaptarse ás esixencias creativas dos clientes que requiren a contratación dun servizo publicitario.                                                                                                                                                                     |
| A16    | Capacidade para adaptar unha mensaxe publicitaria aos seus distintos públicos.                                                                                                                                                                                                         |
| A17    | Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.                                                                                                                                                          |
| A19    | Capacidade para coordinar equipos e liderar a creación de campañas publicitarias desde o punto de vista creativo.                                                                                                                                                                      |
| A21    | Coñecementos das diferentes teorías do deseño, a imaxe e a creatividade publicitaria.                                                                                                                                                                                                  |
| A22    | Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación.                                                                                               |
| A23    | 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. |
| B2     | Capacidade de traballar de forma autónoma como creativo publicitario (nas súas máis diversas acepcións) unha vez finalizado e superado o curso de posgrao.                                                                                                                             |
| B3     | Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.                                                                                                                          |

### Competencias de materia

| Resultados previstos na materia | Tipoloxía         | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|---------------------------------|-------------------|---------------------------------------|
| (*)                             | saber             | A8                                    |
| (*)                             | saber             | A9                                    |
| (*)                             | saber             | A10                                   |
| (*)                             | saber             | A12                                   |
| (*)                             | saber             | A15                                   |
| (*)                             | saber facer       | A16                                   |
| (*)                             | saber facer       | A17                                   |
| (*)                             | saber facer       | A19                                   |
| (*)                             | saber facer       | A21                                   |
| (*)                             | saber facer       | A22                                   |
| (*)                             | saber facer       | A23                                   |
| (*)                             | Saber estar / ser | B2                                    |
| (*)                             | Saber estar / ser | B3                                    |

### Contidos

## Tema

|                                                                            |                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| (*)- Fundamentos de diseño editorial                                       | (*)- Fundamentos de diseño editorial                                       |
| (*)- Información visual y conocimiento                                     | (*)- Información visual y conocimiento                                     |
| (*)- Proceso y técnicas de creación                                        | (*)- Proceso y técnicas de creación                                        |
| (*)- Análisis de casos prácticos                                           | (*)- Análisis de casos prácticos                                           |
| (*)- Nociones básicas de tipografía                                        | (*)- Nociones básicas de tipografía                                        |
| (*)- El papel de la tipografía en el desarrollo de una comunicación visual | (*)- El papel de la tipografía en el desarrollo de una comunicación visual |

## Planificación

|                                        | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|----------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Presentacións/exposicións              | 2             | 2                  | 4            |
| Debates                                | 2             | 4                  | 6            |
| Sesión maxistral                       | 5             | 5                  | 10           |
| Estudo de casos/análises de situacións | 5             | 50                 | 55           |

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

## Metodoloxía docente

|                                        | Descrición                                                                                                                                         |
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presentacións/exposicións              | Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que se teñen elaborado no módulo.                                                      |
| Debates                                | Debate sobre os contidos da materia tomando en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas.                               |
| Sesión maxistral                       | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.                            |
| Estudo de casos/análises de situacións | Estudio de casos prácticos por parte do alumno nas que se apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistrais e de análise de cada un deles. |

## Atención personalizada

| Metodoloxías              | Descrición                                                                                                                                                         |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presentacións/exposicións | O profesor realizará sesións de tutorías presenciais e online, así como traballo previo a cada unha das exposicións, co fin de completar o seu portafolio persoal. |

## Avaliación

|                           | Descrición                                                                                                                          | Cualificación |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Presentacións/exposicións | Exposición do traballo final do módulo.                                                                                             | 15            |
| Debates                   | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate. | 15            |
| Sesión maxistral          | Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entregará trala impartición do módulo.                  | 70            |

## Outros comentarios sobre a Avaliación

## Bibliografía. Fontes de información

## Recomendacións

| <b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>   |                                                                                           |        |       |              |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| <b>Diseño Web e Multimedia</b> |                                                                                           |        |       |              |
| 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          |                                                                                           |        |       |              |
| Departamento                   | Comunicación audiovisual e publicidade                                                    |        |       |              |
| Coordinador/a                  | Legeren Lago, Beatriz                                                                     |        |       |              |
| Profesorado                    | Legeren Lago, Beatriz                                                                     |        |       |              |
| Correo-e                       | blegeren@uvigo.es                                                                         |        |       |              |
| Web                            | http://www.direccionarte.es                                                               |        |       |              |
| Descrición xeral               | La produción online como soporte expresivo propio de la produción gráfica y publicitaria. |        |       |              |

### Competencias de titulación

|        |                                                                                                                                                                                                                                |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                                                                |
| A8     | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                                                              |
| A9     | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.                                                                                          |
| A10    | Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.                                                                                 |
| A12    | Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.                                                                                                                                    |
| A13    | Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.                                                                                                               |
| A16    | Capacidade para adaptar unha mensaxe publicitaria aos seus distintos públicos.                                                                                                                                                 |
| A20    | 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. |

### Competencias de materia

| Resultados previstos na materia | Tipoloxía         | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|---------------------------------|-------------------|---------------------------------------|
| (*)                             | saber             | A8                                    |
| (*)                             | saber             | A9                                    |
| (*)                             | saber             | A10                                   |
| (*)                             | saber             | A12                                   |
| (*)                             | saber             | A13                                   |
| (*)                             | saber             | A16                                   |
| (*)                             | saber             | A16                                   |
| (*)                             | Saber estar / ser | A20                                   |

### Contidos

| Tema                                                                |                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| (*)- Posibilidades expresivas de internet y los medios interactivos | (*)- Posibilidades expresivas de internet y los medios interactivos |
| (*)- Las claves del diseño web                                      | (*)- Las claves del diseño web                                      |
| (*)- Proceso y técnicas de creación                                 | (*)- Proceso y técnicas de creación                                 |
| (*)- Principales formatos                                           | (*)- Principales formatos                                           |

### Planificación

|                                        | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|----------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Estudo de casos/análises de situacións | 5             | 50                 | 55           |
| Debates                                | 2             | 4                  | 6            |
| Presentacións/exposicións              | 2             | 2                  | 4            |
| Sesión maxistral                       | 5             | 5                  | 10           |

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

| <b>Metodoloxía docente</b>             |                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                        | Descrición                                                                                                                                       |
| Estudo de casos/análises de situacións | Estudio de casos prácticos por parte do alumnado nas que apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistrais e de análise cada un de eles. |
| Debates                                | Debate sobre os contidos da materia tomando en conta nha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas.                              |
| Presentacións/exposicións              | Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que foron elaborados neste módulo.                                                   |
| Sesión maxistral                       | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.                          |

#### **Atención personalizada**

| <b>Metodoloxías</b>       | <b>Descrición</b>                                                                                                                                                 |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presentacións/exposicións | O profesor realizará sesións de titorías presenciais e online, así como traballo previo a cada unha das exposicións, a fin de completar o seu portafolio persoal. |

| <b>Avaliación</b>         |                                                                                                                                     |               |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
|                           | Descrición                                                                                                                          | Cualificación |
| Debates                   | Exposición do traballo final do módulo.                                                                                             | 15            |
| Presentacións/exposicións | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate. | 15            |
| Sesión maxistral          | Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega trala impartición do módulo.                    | 70            |

#### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

#### **Bibliografía. Fontes de información**

#### **Recomendacións**

| <b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>             |                                                                                                  |        |       |              |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| <b>Creación de Contidos Audiovisuais</b> |                                                                                                  |        |       |              |
| Materia                                  | Creación de Contidos Audiovisuais                                                                |        |       |              |
| Código                                   | P04M082V01108                                                                                    |        |       |              |
| Titulación                               | Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade                                         |        |       |              |
| Descritores                              | Creditos ECTS                                                                                    | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                                          | 3                                                                                                | OB     | 1     | 1c           |
| Lingua de impartición                    | Castelán<br>Galego                                                                               |        |       |              |
| Departamento                             | Comunicación audiovisual e publicidade<br>Dpto. Externo                                          |        |       |              |
| Coordinador/a                            | Valderrama Santome, Monica                                                                       |        |       |              |
| Profesorado                              | Romero Zaloña, Santiago<br>Valderrama Santome, Monica                                            |        |       |              |
| Correo-e                                 | santome@uvigo.es                                                                                 |        |       |              |
| Web                                      | http://www.direccionarte.es                                                                      |        |       |              |
| Descrición xeral                         | La producción audiovisual como soporte expresivo propio de la producción gráfica y publicitaria. |        |       |              |

| <b>Competencias de titulación</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| A8                                | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                                                                                                                         |
| A9                                | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.                                                                                                                                                     |
| A10                               | Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.                                                                                                                                            |
| A11                               | 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.                                                                          |
| A12                               | Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.                                                                                                                                                                                               |
| A13                               | Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.                                                                                                                                                                          |
| A17                               | Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.                                                                                                                                                             |
| A18                               | 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. |
| A21                               | Coñecementos das diferentes teorías do deseño, a imaxe e a creatividade publicitaria.                                                                                                                                                                                                     |
| A22                               | Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación.                                                                                                  |
| A23                               | 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.    |

| <b>Competencias de materia</b>  |                   |                                       |
|---------------------------------|-------------------|---------------------------------------|
| Resultados previstos na materia | Tipoloxía         | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
| (*)                             | saber             | A8                                    |
| (*)                             | saber             | A9                                    |
| (*)                             | saber             | A10                                   |
| (*)                             | saber             | A12                                   |
| (*)                             | saber             | A13                                   |
| (*)                             | saber             | A11                                   |
| (*)                             | saber             | A17                                   |
| (*)                             | saber             | A18                                   |
| (*)                             | saber             | A21                                   |
| (*)                             | Saber estar / ser | A22                                   |
| (*)                             | Saber estar / ser | A23                                   |

| <b>Contidos</b> |  |
|-----------------|--|
| Tema            |  |

(\*)- Fundamentos de la comunicación audiovisual (\*)- Fundamentos de la comunicación audiovisual

(\*)- Guión, desarrollo y presentación de proyectos audiovisuales. El storyboard (\*)- Guión, desarrollo y presentación de proyectos audiovisuales. El storyboard

(\*)- Producción audiovisual (\*)- Producción audiovisual

(\*)- La radio como soporte publicitario audiovisual (\*)- La radio como soporte publicitario audiovisual

## Planificación

|                                        | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|----------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Debates                                | 2             | 4                  | 6            |
| Estudo de casos/análises de situacións | 5             | 50                 | 55           |
| Presentacións/exposicións              | 2             | 2                  | 4            |
| Sesión maxistral                       | 5             | 5                  | 10           |

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

## Metodoloxía docente

|                                        | Descrición                                                                                                                                        |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Debates                                | Debate sobre contidos da materia tomando en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas.                                 |
| Estudo de casos/análises de situacións | Estudio de casos prácticos por parte do alumnado nas que apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistrais e de análise de cada un deles. |
| Presentacións/exposicións              | Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que teñen elaborado neste módulo.                                                     |
| Sesión maxistral                       | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.                           |

## Atención personalizada

| Metodoloxías              | Descrición                                                                                                                                                         |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presentacións/exposicións | O profesor realizará sesións de tutorías presenciais e online, así como traballo previo a cada unha das exposicións, co fin de completar o seu portafolio persoal. |

## Avaliación

|                           | Descrición                                                                                                                          | Cualificación |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Debates                   | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate. | 15            |
| Presentacións/exposicións | Exposición do traballo final do módulo.                                                                                             | 15            |
| Sesión maxistral          | Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega trala impartición do módulo.                    | 70            |

## Outros comentarios sobre a Avaliación

## Bibliografía. Fontes de información

## Recomendacións

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Execución, Tratamento Fotográfico e Artefinalismo**

|                       |                                                                               |        |       |              |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| Materia               | Execución, Tratamento Fotográfico e Artefinalismo                             |        |       |              |
| Código                | P04M082V01109                                                                 |        |       |              |
| Titulación            | Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade                      |        |       |              |
| Descritores           | Creditos ECTS                                                                 | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                       | 3                                                                             | OB     | 1     | 2c           |
| Lingua de impartición |                                                                               |        |       |              |
| Departamento          | Comunicación audiovisual e publicidade                                        |        |       |              |
| Coordinador/a         | Gutierrez Gonzalez, Pedro Pablo                                               |        |       |              |
| Profesorado           | Gutierrez Gonzalez, Pedro Pablo                                               |        |       |              |
| Correo-e              | pablogtz@uvigo.es                                                             |        |       |              |
| Web                   | http://www.direccionarte.es                                                   |        |       |              |
| Descrición xeral      | Adecuada entrega y envío de materiales para su emisión publicación o emisión. |        |       |              |

**Competencias de titulación**

|        |                                                                                                                                                                                          |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                          |
| A7     | Coñecemento da dirección de arte en publicidade como unha disciplina profesional autónoma.                                                                                               |
| A8     | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                        |
| A9     | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.                                                    |
| A10    | Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.                                           |
| A15    | Capacidade de adaptarse ás esixencias creativas dos clientes que requiren a contratación dun servizo publicitario.                                                                       |
| A17    | Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.                                                            |
| A19    | Capacidade para coordinar equipos e liderar a creación de campañas publicitarias desde o punto de vista creativo.                                                                        |
| A22    | Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación. |
| B1     | Capacidade de adaptación aos cambios e novos medios do mercado publicitario.                                                                                                             |
| B3     | Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.                            |
| B5     | Habilidade para a organización e temporalización das tarefas de cara a cumprir os prazos de entrega dos orixinais de acordo cunha estratexia publicitaria determinada.                   |

**Competencias de materia**

| Resultados previstos na materia                                                                                                                                                                                              | Tipoloxía | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------------------|
| (*)- Conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                                                   |           | A7<br>A8<br>A9<br>A10                 |
| - Conocimiento e identificación de recursos, elementos, métodos y procedimientos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.                                                                                    |           |                                       |
| - Capacidad teórico-práctica en la creación, elaboración y desarrollo de un original publicitario en el marco de una estrategia corporativa global.                                                                          |           |                                       |
| - 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. |           |                                       |

(\*)- Capacidade de adaptarse a las exigencias creativas de los clientes que requiren la saber facer contratación de un servizo publicitario. A15  
A17  
A19  
A22

- Capacidade para adaptar un mensaxe publicitario a sus distintos públicos.

- Capacidade para adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de produción de cada uno de los medios publicitarios.

- Capacidade para coordinar equipos y liderar la creación de campañas publicitarias desde el punto de vista creativo.

(\*)- Capacidade de adaptación a los cambios y novos entornos del mercado publicitario. Saber estar / ser B1  
B3  
B5

- Capacidade de traballar de forma autónoma como creativo publicitario (en sus máis diversas acepciones) una vez finalizado y superado el Curso de Postgrado.

- Capacidade para asumir riesgos temáticos e ideas innovadoras en la fase de creación y desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios y soportes.

- Habilidade para la organización y temporalización de las tarefas de cara a cumprir los prazos de entrega de los orxinais de acordo con una estratexia publicitaria determinada.

## Contidos

Tema

(\*)- Arte final y acabado de las piezas publicitarias (\*)- Arte final y acabado de las piezas publicitarias

(\*)- Arte final y acabado de las piezas publicitarias (\*)- Arte final y acabado de las piezas publicitarias

(\*)- Las adaptaciónes (\*)- Las adaptaciónes

(\*)- Preimpresión y envío de materiais a imprenta (\*)- Preimpresión y envío de materiais a imprenta

(\*)- El color (\*)- El color

## Planificación

|                                        | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|----------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Estudo de casos/análises de situacións | 5             | 50                 | 55           |
| Presentacións/exposicións              | 2             | 2                  | 4            |
| Debates                                | 2             | 4                  | 6            |
| Sesión maxistral                       | 5             | 5                  | 10           |

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

## Metodoloxía docente

|                          | Descrición                                                                                                                                       |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Estudo de casos/análises | Estudo de casos prácticos por parte do alumnado nas que apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistrais e de análise de cada un deles. |
| Presentacións/exposición | Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que teñen elaborado neste módulo.                                                    |
| Debates                  | Debate sobre contidos da materia tomando en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas.                                |
| Sesión maxistral         | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.                          |

## Atención personalizada

| Metodoloxías              | Descrición                                                                                                                                                        |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presentacións/exposicións | O profesor realizará sesións de tutorías presenciais e online, así como traballo previo a cada unha das exposicións, a fin de completar o seu portafolio persoal. |

## Avaliación

|                           | Descrición                                                                                                                          | Cualificación |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Presentacións/exposicións | Exposición do traballo final do módulo.                                                                                             | 15            |
| Debates                   | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate. | 15            |
| Sesión maxistral          | Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega trala impartición do módulo.                    | 70            |

---

**Outros comentarios sobre a Avaliación**

---

---

**Bibliografía. Fontes de información**

---

---

**Recomendacións**

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Creación de Identidade Corporativa Gráfica e Ilustración**

|                       |                                                                                                                           |        |       |              |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| Materia               | Creación de Identidade Corporativa Gráfica e Ilustración                                                                  |        |       |              |
| Código                | P04M082V01201                                                                                                             |        |       |              |
| Titulación            | Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade                                                                  |        |       |              |
| Descritores           | Creditos ECTS                                                                                                             | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                       | 3                                                                                                                         | OP     | 1     | 2c           |
| Lingua de impartición |                                                                                                                           |        |       |              |
| Departamento          | Dpto. Externo                                                                                                             |        |       |              |
| Coordinador/a         | Aler López, Alberto                                                                                                       |        |       |              |
| Profesorado           | Aler López, Alberto                                                                                                       |        |       |              |
| Correo-e              | albertoaler@unlimitedcreativegro                                                                                          |        |       |              |
| Web                   | http://www.direccionarte.es                                                                                               |        |       |              |
| Descrición xeral      | La identidad corporativa como representación gráfica del universo empresarial y la ilustración como técnica comunicativa. |        |       |              |

**Competencias de titulación**

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| A7     | Coñecemento da dirección de arte en publicidade como unha disciplina profesional autónoma.                                                                                                                                                                                                |
| A8     | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                                                                                                                         |
| A9     | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.                                                                                                                                                     |
| A12    | Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.                                                                                                                                                                                               |
| A13    | Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.                                                                                                                                                                          |
| A15    | Capacidade de adaptarse ás esixencias creativas dos clientes que requiren a contratación dun servizo publicitario.                                                                                                                                                                        |
| A18    | 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. |
| A22    | Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación.                                                                                                  |
| A23    | 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.    |
| B3     | Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.                                                                                                                             |
| B4     | Práctica sistemática de autoavaliación crítica de resultados: valoración da importancia de corrixir os erros cometidos no proceso creativo.                                                                                                                                               |

**Competencias de materia**

| Resultados previstos na materia                                                                                                                     | Tipoloxía   | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------------------------------------|
| (*)- Conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                          |             | A7<br>A8<br>A9                        |
| - Conocimiento e identificación de recursos, elementos, métodos y procedimientos utilizados en todo proceso de creatividad publicitaria.            |             |                                       |
| - Capacidad teórico-práctica en la creación, elaboración y desarrollo de un original publicitario en el marco de una estrategia corporativa global. |             |                                       |
| (*)- Capacidad y habilidad para crear y desarrollar ideas de proyectos en el ámbito publicitario.                                                   | saber hacer | A12<br>A13<br>A15<br>A18              |
| - Capacidad para concebir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria.                               |             |                                       |
| - Capacidad de adaptarse a las exigencias creativas de los clientes que requieren la contratación de un servicio publicitario.                      |             |                                       |

(\*)- Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que puidan saber facer contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento dos idiomas publicitarios, así como de súa interpretación. A22 A23

- Capacidade para percibir críticamente a sucesión de tendencias creativas que ofrece o universo publicitario que nos rodea, onde as historias e os relatos son fruto de unha sociedade determinada, produto de unas condicións sociopolíticas e culturais de unha época histórica concreta.

(\*)- Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes. Saber estar / ser B3 B4

- Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración da importancia de corregir os erros cometidos no proceso creativo.

## Contidos

### Tema

|                                           |                                           |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------|
| (*)- A marca dentro da copy strategy      | (*)- A marca dentro da copy strategy      |
| (*)- O desenvolvemento gráfico das marcas | (*)- O desenvolvemento gráfico das marcas |
| (*)- Renovación e restyling               | (*)- Renovación e restyling               |
| (*)- A ilustración como reclamo           | (*)- A ilustración como reclamo           |
| (*)- Principais técnicas de ilustración   | (*)- Principais técnicas de ilustración   |
| (*)- Taller de ilustración                | (*)- Taller de ilustración                |

## Planificación

|                                        | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|----------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Debates                                | 2             | 4                  | 6            |
| Presentacións/exposicións              | 2             | 2                  | 4            |
| Estudo de casos/análises de situacións | 5             | 50                 | 55           |
| Sesión maxistral                       | 5             | 5                  | 10           |

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

## Metodoloxía docente

|                                        | Descrición                                                                                                                                       |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Debates                                | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate.              |
| Presentacións/exposicións              | Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que teñen elaborado neste módulo.                                                    |
| Estudo de casos/análises de situacións | Estudo de casos prácticos por parte do alumnado nas que apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistrais e de análise de cada un deles. |
| Sesión maxistral                       | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.                          |

## Atención personalizada

| Metodoloxías              | Descrición                                                                                                              |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presentacións/exposicións | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións. |

## Avaliación

|                           | Descrición                                                                                                                          | Cualificación |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Debates                   | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate. | 15            |
| Presentacións/exposicións | Exposición do traballo final do módulo.                                                                                             | 15            |
| Sesión maxistral          | Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega trala impartición do módulo.                    | 70            |

## Outros comentarios sobre a Avaliación

## Bibliografía. Fontes de información

## Recomendacións



| <b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>                           |                                                                             |        |       |              |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| <b>Producción Publicitaria en Medios Convencionais</b> |                                                                             |        |       |              |
| Materia                                                | Producción Publicitaria en Medios Convencionais                             |        |       |              |
| Código                                                 | P04M082V01202                                                               |        |       |              |
| Titulación                                             | Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade                    |        |       |              |
| Descritores                                            | Creditos ECTS                                                               | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                                                        | 3                                                                           | OP     | 1     | 2c           |
| Lingua de impartición                                  |                                                                             |        |       |              |
| Departamento                                           | Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo                        |        |       |              |
| Coordinador/a                                          | Blanco Gonzalez, Felix                                                      |        |       |              |
| Profesorado                                            | Blanco Gonzalez, Felix<br>Conde González, Jaime Antonio                     |        |       |              |
| Correo-e                                               | felixblanco@uvigo.es                                                        |        |       |              |
| Web                                                    | <a href="http://www.direccionarte.es">http://www.direccionarte.es</a>       |        |       |              |
| Descrición xeral                                       | Técnicas creativas utilizadas en los medios de comunicación convencionales. |        |       |              |

### Competencias de titulación

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| A8     | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                                                                                                                         |
| A9     | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.                                                                                                                                                     |
| A10    | Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.                                                                                                                                            |
| A11    | 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.                                                                          |
| A12    | Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.                                                                                                                                                                                               |
| A13    | Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.                                                                                                                                                                          |
| A14    | Capacidade para escribir textos publicitarios con fluidez, e adecuación ás necesidades creativas dunha mensaxe.                                                                                                                                                                           |
| A15    | Capacidade de adaptarse ás esixencias creativas dos clientes que requiren a contratación dun servizo publicitario.                                                                                                                                                                        |
| A16    | Capacidade para adaptar unha mensaxe publicitaria aos seus distintos públicos.                                                                                                                                                                                                            |
| A17    | Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.                                                                                                                                                             |
| A18    | 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. |
| B3     | Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.                                                                                                                             |

### Competencias de materia

| Resultados previstos na materia                                                                                                                                                                                             | Tipoloxía | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------------------|
| (*)- Conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                                                  |           | A8<br>A9<br>A10                       |
| - Conocimiento e identificación de recursos, elementos, métodos y procedimientos utilizados en todo proceso de creatividad publicitaria.                                                                                    |           | A11                                   |
| - Capacidad teórico-práctica en la creación, elaboración y desarrollo de un original publicitario en el marco de una estrategia corporativa global.                                                                         |           |                                       |
| - Conocimientos básicos para situar la actividad publicitaria en un contexto de competencia local, nacional e internacional, incidendo en la importancia de las técnicas creativas como un activo publicitario diferencial. |           |                                       |

|                                                                                                                                                                  |                   |                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|
| (*)- Capacidad y habilidad para crear y desarrollar ideas de proyectos en el ámbito publicitario.                                                                | saber hacer       | A12<br>A13<br>A15 |
| - Capacidad para concebir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria.                                            |                   | A16<br>A17<br>A18 |
| - Capacidad de adaptarse a las exigencias creativas de los clientes que requieren la contratación de un servicio publicitario.                                   |                   |                   |
| - Capacidad para adaptar un mensaje publicitario a sus distintos públicos.                                                                                       |                   |                   |
| - Capacidad para adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los medios publicitarios.                           |                   |                   |
| (*)- Capacidad para escribir textos publicitarios con fluidez, y adecuación a las necesidades creativas de un mensaje.                                           | saber hacer       | A14<br>A15        |
| - Capacidad de adaptarse a las exigencias creativas de los clientes que requieren la contratación de un servicio publicitario.                                   |                   |                   |
| (*)Capacidad para asumir riesgos temáticos e ideas innovadoras en la fase de creación y desarrollo de contenidos publicitarios para distintos medios y soportes. | Saber estar / ser | B3                |

## Contidos

### Tema

|                                                                           |                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| (*)- Medios convencionales como difusores de los mensajes publicitarios   | (*)- Medios convencionales como difusores de los mensajes publicitarios   |
| (*)- Taller de producción publicitaria gráfica para medios convencionales | (*)- Taller de producción publicitaria gráfica para medios convencionales |

## Planificación

|                                        | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|----------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Debates                                | 2             | 4                  | 6            |
| Estudo de casos/análises de situacións | 5             | 50                 | 55           |
| Presentacións/exposicións              | 2             | 2                  | 4            |
| Sesión maxistral                       | 5             | 5                  | 10           |

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

## Metodoloxía docente

|                                        | Descrición                                                                                                                                        |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Debates                                | Debate sobre contidos da materia tomando en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas.                                 |
| Estudo de casos/análises de situacións | Estudio de casos prácticos por parte do alumnado nas que apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistrais e de análise de cada un deles. |
| Presentacións/exposicións              | Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que teñen elaborado neste módulo.                                                     |
| Sesión maxistral                       | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.                           |

## Atención personalizada

| Metodoloxías              | Descrición                                                                                                                                                        |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presentacións/exposicións | O profesor realizará sesións de tutorías presenciais e online, así como traballo previo a cada unha das exposicións, a fin de completar o seu portafolio persoal. |

## Avaliación

|                           | Descrición                                                                                                                          | Cualificación |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Debates                   | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate. | 15            |
| Presentacións/exposicións | Exposición do traballo final do módulo.                                                                                             | 15            |
| Sesión maxistral          | Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega trala impartición do módulo.                    | 70            |

## Outros comentarios sobre a Avaliación

## Bibliografía. Fontes de información



| <b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>                               |                                                                                        |        |       |              |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| <b>Producción Publicitaria en Medios non Convencionais</b> |                                                                                        |        |       |              |
| Materia                                                    | Producción Publicitaria en Medios non Convencionais                                    |        |       |              |
| Código                                                     | P04M082V01203                                                                          |        |       |              |
| Titulación                                                 | Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade                               |        |       |              |
| Descritores                                                | Creditos ECTS                                                                          | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                                                            | 3                                                                                      | OP     | 1     | 2c           |
| Lingua de impartición                                      |                                                                                        |        |       |              |
| Departamento                                               | Dpto. Externo                                                                          |        |       |              |
| Coordinador/a                                              | Guerra Teiga, Xosé                                                                     |        |       |              |
| Profesorado                                                | Guerra Teiga, Xosé                                                                     |        |       |              |
| Correo-e                                                   | xoseteiga@gmail.com                                                                    |        |       |              |
| Web                                                        | http://www.direccionarte.es                                                            |        |       |              |
| Descrición xeral                                           | Análisis de medios convencionales como difusores de los mensajes publicitarios         |        |       |              |
|                                                            | Realización de un taller de producción publicitaria gráfica para medios convencionales |        |       |              |
|                                                            | Descripción y aplicación de herramientas empleadas en la publicidad convencional       |        |       |              |

### Competencias de titulación

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| A8     | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                                                                                                                         |
| A9     | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.                                                                                                                                                     |
| A10    | Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.                                                                                                                                            |
| A11    | 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.                                                                          |
| A12    | Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.                                                                                                                                                                                               |
| A13    | Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.                                                                                                                                                                          |
| A15    | Capacidade de adaptarse ás esixencias creativas dos clientes que requiren a contratación dun servizo publicitario.                                                                                                                                                                        |
| A16    | Capacidade para adaptar unha mensaxe publicitaria aos seus distintos públicos.                                                                                                                                                                                                            |
| A17    | Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.                                                                                                                                                             |
| A18    | 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. |
| A22    | Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación.                                                                                                  |
| A23    | 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.    |
| B3     | Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.                                                                                                                             |

### Competencias de materia

| Resultados previstos na materia                                                                                                            | Tipoloxía | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------------------|
| Conocimiento de las técnicas y procesos creativos en la publicidad convencional (A2)                                                       | saber     | A8                                    |
| Capacidad teórico-práctica en la creación, elaboración y desarrollo de soportes y formatos publicitarios impresos (A4. B1, B2, B3, B4, B5) |           |                                       |
| Conocimiento de las diferentes teorías y herramientas de la publicidad convencional (C2)                                                   |           |                                       |
| Capacidad para trabajar de forma autónoma como creativo publicitario (D2)                                                                  |           |                                       |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                   |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----|
| (*)Conocimiento e identificación de recursos, elementos, métodos y procedimientos utilizados en todo proceso de creatividad publicitaria.                                                                                                                                                                | saber             | A9  |
| (*)Capacidad teórico-práctica en la creación, elaboración y desarrollo de un original publicitario en el marco de una estrategia corporativa global.                                                                                                                                                     | saber             | A10 |
| (*)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.                                                                            | saber             | A11 |
| (*)Capacidad y habilidad para crear y desarrollar ideas de proyectos en el ámbito publicitario.                                                                                                                                                                                                          | saber hacer       | A12 |
| (*)Capacidad para concebir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria.                                                                                                                                                                                   | saber hacer       | A13 |
| (*)Capacidad de adaptarse a las exigencias creativas de los clientes que requieren la contratación de un servicio publicitario.                                                                                                                                                                          | saber hacer       | A15 |
| (*)Capacidad para adaptar un mensaje publicitario a sus distintos públicos.                                                                                                                                                                                                                              | saber hacer       | A16 |
| (*)Capacidad para adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los medios publicitarios.                                                                                                                                                                  | saber hacer       | A17 |
| (*)Capacidad para analizar campañas publicitarias desde un punto de vista crítico, atendiendo a los parámetros básicos del análisis creativo publicitario, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada. | saber hacer       | A18 |
| (*)Capacidad para crear y desarrollar contenidos y proyectos innovadores que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de los lenguajes publicitarios, así como de su interpretación.                                                                                                               | saber hacer       | A22 |
| (*)Capacidad para percibir críticamente la sucesión de tendencias creativas que ofrece el universo publicitario que nos rodea, donde las historias y los relatos son fruto de una sociedad determinada, producto de unas condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica concreta.        | saber hacer       | A23 |
| (*)Capacidad para asumir riesgos temáticos e ideas innovadoras en la fase de creación y desarrollo de contenidos publicitarios para distintos medios y soportes.                                                                                                                                         | Saber estar / ser | B3  |

## Contidos

### Tema

|                                                                              |                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| (*)- Medios no convencionales como difusores de los mensajes publicitarios   | (*)- Medios no convencionales como difusores de los mensajes publicitarios   |
| (*)- Taller de producción publicitaria gráfica para medios no convencionales | (*)- Taller de producción publicitaria gráfica para medios no convencionales |

## Planificación

|                                        | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|----------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Debates                                | 2             | 4                  | 6            |
| Estudo de casos/análises de situacións | 5             | 50                 | 55           |
| Presentacións/exposicións              | 2             | 2                  | 4            |
| Sesión maxistral                       | 5             | 5                  | 10           |

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

## Metodoloxía docente

|                                        | Descrición                                                                                                                                        |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Debates                                | Debate sobre contidos da materia tomando en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas.                                 |
| Estudo de casos/análises de situacións | Estudio de casos prácticos por parte do alumnado nas que apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistrais e de análise de cada un deles. |
| Presentacións/exposicións              | Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que teñen elaborado neste módulo.                                                     |
| Sesión maxistral                       | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.                           |

## Atención personalizada

| Metodoloxías              | Descrición                                                                                                                                                        |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presentacións/exposicións | O profesor realizará sesións de tutorías presenciais e online, así como traballo previo a cada unha das exposicións, a fin de completar o seu portafolio persoal. |

## Avaliación

| Descrición | Cualificación |
|------------|---------------|
|------------|---------------|

|                           |                                                                                                                                     |    |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Debates                   | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate. | 15 |
| Presentacións/exposicións | Exposición do traballo final do módulo.                                                                                             | 15 |
| Sesión maxistral          | Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega trala impartición do módulo.                    | 70 |

---

#### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

---



---

#### **Bibliografía. Fontes de información**

---



---

#### **Recomendacións**

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Producción Publicitaria en Medios Interactivos**

|                       |                                                                                           |        |       |              |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| Materia               | Producción Publicitaria en Medios Interactivos                                            |        |       |              |
| Código                | P04M082V01204                                                                             |        |       |              |
| Titulación            | Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad                                   |        |       |              |
| Descritores           | Creditos ECTS                                                                             | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                       | 3                                                                                         | OP     | 1     | 2c           |
| Lingua de impartición |                                                                                           |        |       |              |
| Departamento          | Comunicación audiovisual e publicidade Debuxo                                             |        |       |              |
| Coordinador/a         | Legeren Lago, Beatriz                                                                     |        |       |              |
| Profesorado           | Garcia Ariza, Alberto Jose<br>Legeren Lago, Beatriz                                       |        |       |              |
| Correo-e              | blegeren@uvigo.es                                                                         |        |       |              |
| Web                   | <a href="http://www.direccionarte.es">http://www.direccionarte.es</a>                     |        |       |              |
| Descrición xeral      | Introducción al software de referencia para la elaboración de contenidos web y multimedia |        |       |              |

**Competencias de titulación**

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| A8     | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                                                                                                                         |
| A9     | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.                                                                                                                                                     |
| A10    | Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.                                                                                                                                            |
| A11    | 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.                                                                          |
| A12    | Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.                                                                                                                                                                                               |
| A13    | Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.                                                                                                                                                                          |
| A16    | Capacidade para adaptar unha mensaxe publicitaria aos seus distintos públicos.                                                                                                                                                                                                            |
| A17    | Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.                                                                                                                                                             |
| A18    | 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. |
| A22    | Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación.                                                                                                  |
| A23    | 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.    |

**Competencias de materia**

| Resultados previstos na materia | Tipoloxía   | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|---------------------------------|-------------|---------------------------------------|
| (*)                             | saber       | A9                                    |
| (*)                             | saber       | A8                                    |
| (*)                             | saber       | A10                                   |
| (*)                             | saber       | A11                                   |
| (*)                             | saber       | A12                                   |
| (*)                             | saber       | A13                                   |
| (*)                             | saber       | A16                                   |
| (*)                             | saber       | A17                                   |
| (*)                             | saber       | A18                                   |
| (*)                             | saber facer | A22                                   |
| (*)                             | saber facer | A23                                   |

**Contidos**

## Tema

(\*)Introducción al software de referencia para la elaboración de contenidos web y multimedia (\*)Introducción al software de referencia para la elaboración de contenidos web y multimedia

### Planificación

|                                        | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|----------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Estudo de casos/análises de situacións | 5             | 50                 | 55           |
| Debates                                | 2             | 4                  | 6            |
| Presentacións/exposicións              | 2             | 2                  | 4            |
| Sesión maxistral                       | 5             | 5                  | 10           |

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

### Metodoloxía docente

|                                        | Descrición                                                                                                                                       |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Estudo de casos/análises de situacións | Estudio de casos prácticos por parte do alumnado nas que apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistras e de análise de cada un deles. |
| Debates                                | Debate sobre contidos da materia tomando en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas.                                |
| Presentacións/exposicións              | Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que teñen elaborado neste módulo.                                                    |
| Sesión maxistral                       | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.                          |

### Atención personalizada

| Metodoloxías              | Descrición                                                                                                                                                        |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presentacións/exposicións | O profesor realizará sesións de tutorías presenciais e online, así como traballo previo a cada unha das exposicións, a fin de completar o seu portafolio persoal. |

### Avaliación

|                           | Descrición                                                                                                                          | Cualificación |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Debates                   | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate. | 15            |
| Presentacións/exposicións | Exposición do traballo final do módulo.                                                                                             | 15            |
| Sesión maxistral          | Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega trala impartición do módulo.                    | 70            |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

### Bibliografía. Fontes de información

### Recomendacións

| DATOS IDENTIFICATIVOS               |                                                          |        |       |              |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| Producción Publicitaria Audiovisual |                                                          |        |       |              |
| Materia                             | Producción Publicitaria Audiovisual                      |        |       |              |
| Código                              | P04M082V01205                                            |        |       |              |
| Titulación                          | Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade |        |       |              |
| Descritores                         | Creditos ECTS                                            | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                                     | 3                                                        | OP     | 1     | 2c           |
| Lingua de impartición               |                                                          |        |       |              |
| Departamento                        | Comunicación audiovisual e publicidade                   |        |       |              |
| Coordinador/a                       | Valderrama Santome, Monica                               |        |       |              |
| Profesorado                         | Valderrama Santome, Monica                               |        |       |              |
| Correo-e                            | santome@uvigo.es                                         |        |       |              |
| Web                                 | http://www.direccionarte.es                              |        |       |              |
| Descrición xeral                    | Producción, realización y postproducción audiovisual     |        |       |              |

### Competencias de titulación

|        |                                                                                                                                                |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                |
| A8     | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                              |
| A9     | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.          |
| A10    | Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global. |
| A12    | Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.                                                    |
| A13    | Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.                               |
| A17    | Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.                  |

### Competencias de materia

| Resultados previstos na materia | Tipoloxía   | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|---------------------------------|-------------|---------------------------------------|
| (*)                             | saber       | A8                                    |
| (*)                             | saber       | A9                                    |
| (*)                             | saber       | A10                                   |
| (*)                             | saber facer | A12                                   |
| (*)                             | saber facer | A13                                   |
| (*)                             | saber facer | A17                                   |

### Contidos

|                                                         |                                                         |
|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Tema                                                    |                                                         |
| (*)Producción, realización y postproducción audiovisual | (*)Producción, realización y postproducción audiovisual |

### Planificación

|                                        | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|----------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Presentacións/exposicións              | 2             | 4                  | 6            |
| Debates                                | 2             | 2                  | 4            |
| Estudo de casos/análises de situacións | 5             | 50                 | 55           |
| Sesión maxistral                       | 5             | 5                  | 10           |

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

### Metodoloxía docente

|                          |                                                                                               |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Descrición               |                                                                                               |
| Presentacións/exposición | Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que teñen elaborado neste módulo. |

|                                        |                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Debates                                | Debate sobre contidos da materia tomando en conta unha mostra de pezas premiadas en diferentes etapas históricas.                                 |
| Estudo de casos/análises de situacións | Estudio de casos prácticos por parte do alumnado nas que apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistrais e de análise de cada un deles. |
| Sesión maxistral                       | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.                           |

### Atención personalizada

| Metodoloxías              | Descrición                                                                                                                                                        |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presentacións/exposicións | O profesor realizará sesións de titorías presenciais e online, así como traballo previo a cada unha das exposicións, a fin de completar o seu portafolio persoal. |

### Avaliación

|                           | Descrición                                                                                                                          | Cualificación |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Presentacións/exposicións | Exposición do traballo final do módulo.                                                                                             | 15            |
| Debates                   | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate. | 15            |
| Sesión maxistral          | Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega trala impartición do módulo.                    | 70            |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

### Bibliografía. Fontes de información

### Recomendacións

| <b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>   |                                                                       |        |       |              |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| <b>Publicidade Alternativa</b> |                                                                       |        |       |              |
| 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          |                                                                       |        |       |              |
| Departamento                   | Comunicación audiovisual e publicidade                                |        |       |              |
| Coordinador/a                  | Blanco Gonzalez, Felix                                                |        |       |              |
| Profesorado                    | Blanco Gonzalez, Felix                                                |        |       |              |
| Correo-e                       | felixblanco@uvigo.es                                                  |        |       |              |
| Web                            | <a href="http://www.direccionarte.es">http://www.direccionarte.es</a> |        |       |              |
| Descrición xeral               | Street marketing y publicidad de guerrilla                            |        |       |              |

### Competencias de titulación

| Código |                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A8     | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                                                                                                                      |
| A9     | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.                                                                                                                                                  |
| A10    | Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.                                                                                                                                         |
| A11    | 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.                                                                       |
| A12    | Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.                                                                                                                                                                                            |
| A13    | Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.                                                                                                                                                                       |
| A16    | Capacidade para adaptar unha mensaxe publicitaria aos seus distintos públicos.                                                                                                                                                                                                         |
| A17    | Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.                                                                                                                                                          |
| A22    | Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación.                                                                                               |
| A23    | 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. |
| B3     | Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.                                                                                                                          |

### Competencias de materia

| Resultados previstos na materia | Tipoloxía         | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|---------------------------------|-------------------|---------------------------------------|
| (*)                             | saber             | A8                                    |
| (*)                             | saber             | A9                                    |
| (*)                             | saber             | A10                                   |
| (*)                             | saber             | A11                                   |
| (*)                             | saber facer       | A12                                   |
| (*)                             | saber facer       | A13                                   |
| (*)                             | saber facer       | A16                                   |
| (*)                             | saber facer       | A17                                   |
| (*)                             | saber facer       | A22                                   |
| (*)                             | saber facer       | A23                                   |
| (*)                             | Saber estar / ser | B3                                    |

### Contidos

| Tema                       |                            |
|----------------------------|----------------------------|
| (*)Street marketing        | (*)Street marketing        |
| (*)Publicidad de guerrilla | (*)Publicidad de guerrilla |

| <b>Planificación</b>                   |               |                    |              |
|----------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
|                                        | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
| Presentacións/exposicións              | 2             | 2                  | 4            |
| Debates                                | 2             | 4                  | 6            |
| Estudo de casos/análises de situacións | 5             | 50                 | 55           |
| Sesión maxistral                       | 5             | 5                  | 10           |

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

| <b>Metodoloxía docente</b>             |                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                        | Descrición                                                                                                                                       |
| Presentacións/exposicións              | Exposición individual do traballo sobre os estudos de casos que teñen elaborado neste módulo.                                                    |
| Debates                                | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate.              |
| Estudo de casos/análises de situacións | Estudio de casos prácticos por parte do alumnado nas que apliquen os coñecementos aportados nas sesións maxistras e de análise de cada un deles. |
| Sesión maxistral                       | Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, aportando material audiovisual durante as sesións.                          |

| <b>Atención personalizada</b> |                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Metodoloxías                  | Descrición                                                                                                                                                        |
| Presentacións/exposicións     | O profesor realizará sesións de tutorías presenciais e online, así como traballo previo a cada unha das exposicións, a fin de completar o seu portafolio persoal. |

| <b>Avaliación</b>         |                                                                                                                                      |               |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
|                           | Descrición                                                                                                                           | Cualificación |
| Presentacións/exposicións | Exposición do traballo final do módulo.                                                                                              | 15            |
| Debates                   | Como parte da avaliación continua terase en conta a participación e grao de preparación sobre a temática proposta durante o debate.. | 15            |
| Sesión maxistral          | Avaliarase a aplicación práctica dos contidos abordados nun traballo que se entrega trala impartición do módulo.                     | 70            |

#### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

#### **Bibliografía. Fontes de información**

#### **Recomendacións**

| <b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b> |                                                                       |        |       |              |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| <b>Prácticas en Empresas</b> |                                                                       |        |       |              |
| Materia                      | Prácticas en Empresas                                                 |        |       |              |
| Código                       | P04M082V01207                                                         |        |       |              |
| Titulación                   | Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade              |        |       |              |
| Descritores                  | Creditos ECTS                                                         | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                              | 6                                                                     | OB     | 1     | 2c           |
| Lingua de impartición        |                                                                       |        |       |              |
| Departamento                 | Comunicación audiovisual e publicidade                                |        |       |              |
| Coordinador/a                | Gutierrez Gonzalez, Pedro Pablo                                       |        |       |              |
| Profesorado                  | Gutierrez Gonzalez, Pedro Pablo<br>Perez Seoane, Jesus                |        |       |              |
| Correo-e                     | pablogtz@uvigo.es                                                     |        |       |              |
| Web                          | <a href="http://www.direccionarte.es">http://www.direccionarte.es</a> |        |       |              |
| Descrición xeral             | Prácticas obligatorias en empresas                                    |        |       |              |

### Competencias de titulación

| Código |                                                                                                                                                                                                                  |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A7     | Coñecemento da dirección de arte en publicidade como unha disciplina profesional autónoma.                                                                                                                       |
| A8     | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                                                |
| A9     | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.                                                                            |
| A10    | Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.                                                                   |
| A11    | 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. |
| A12    | Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.                                                                                                                      |
| A13    | Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.                                                                                                 |
| A14    | Capacidade para escribir textos publicitarios con fluidez, e adecuación ás necesidades creativas dunha mensaxe.                                                                                                  |
| A15    | Capacidade de adaptarse ás esixencias creativas dos clientes que requiren a contratación dun servizo publicitario.                                                                                               |
| A16    | Capacidade para adaptar unha mensaxe publicitaria aos seus distintos públicos.                                                                                                                                   |
| A17    | Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.                                                                                    |
| A19    | Capacidade para coordinar equipos e liderar a creación de campañas publicitarias desde o punto de vista creativo.                                                                                                |
| B2     | Capacidade de traballar de forma autónoma como creativo publicitario (nas súas máis diversas acepcións) unha vez finalizado e superado o curso de posgrao.                                                       |
| B3     | Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.                                                    |
| B4     | Práctica sistemática de autoavaliación crítica de resultados: valoración da importancia de corrixir os erros cometidos no proceso creativo.                                                                      |
| B5     | Habilidade para a organización e temporalización das tarefas de cara a cumprir os prazos de entrega dos orixinais de acordo cunha estratexia publicitaria determinada.                                           |

### Competencias de materia

| Resultados previstos na materia | Tipoloxía | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|---------------------------------|-----------|---------------------------------------|
|                                 |           |                                       |

|                                                                                                                                                                                                                              |                   |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----|
| (*)- Conocimiento de la dirección de arte en publicidad como una disciplina profesional autónoma.                                                                                                                            | saber             | A7  |
|                                                                                                                                                                                                                              | saber hacer       | A8  |
|                                                                                                                                                                                                                              |                   | A9  |
| - Conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                                                      |                   | A10 |
|                                                                                                                                                                                                                              |                   | A11 |
| - Conocimiento e identificación de recursos, elementos, métodos y procedimientos utilizados en todo proceso de creatividad publicitaria.                                                                                     |                   |     |
| - Capacidad teórico-práctica en la creación, elaboración y desarrollo de un original publicitario en el marco de una estrategia corporativa global.                                                                          |                   |     |
| - 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. |                   |     |
| (*)1 - Capacidad y habilidad para crear y desarrollar ideas de proyectos en el ámbito publicitario.                                                                                                                          | saber             | A12 |
|                                                                                                                                                                                                                              | saber hacer       | A13 |
| 2 - Capacidad para concebir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria.                                                                                                      |                   | A14 |
|                                                                                                                                                                                                                              |                   | A15 |
| 3 - Capacidad para escribir textos publicitarios con fluidez, y adecuación a las necesidades creativas de un mensaje.                                                                                                        |                   | A16 |
|                                                                                                                                                                                                                              |                   | A17 |
| 4 - Capacidad de adaptarse a las exigencias creativas de los clientes que requieren la contratación de un servicio publicitario.                                                                                             |                   | A19 |
| 5 - Capacidad para adaptar un mensaje publicitario a sus distintos públicos.                                                                                                                                                 |                   |     |
| 6 - Capacidad para adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los medios publicitarios.                                                                                     |                   |     |
| 8 - Capacidad para coordinar equipos y liderar la creación de campañas publicitarias desde el punto de vista creativo.                                                                                                       |                   |     |
| (*)- Capacidad de trabajar de forma autónoma como creativo publicitario (en sus más diversas acepciones) una vez finalizado y superado el Curso de Postgrado.                                                                | Saber estar / ser | B2  |
|                                                                                                                                                                                                                              |                   | B3  |
|                                                                                                                                                                                                                              |                   | B4  |
| - Capacidad para asumir riesgos temáticos e ideas innovadoras en la fase de creación y desarrollo de contenidos publicitarios para distintos medios y soportes.                                                              |                   | B5  |
| Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir los errores cometidos en el proceso creativo.                                                                         |                   |     |
| - 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.                                           |                   |     |

## Contidos

### Tema

|                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (*)Realización de prácticas como creativo publicitario en departamentos de arte de agencias y productoras publicitarias, proporcionando el contacto directo con los profesionales especialistas del sector. | (*)Participación en período de prácticas del alumno entre las citadas empresas. Finalizadas éstas, la Comisión Académica del Máster recibirá un informe detallado acerca de las actividades realizadas por el alumno. |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## Planificación

|                    | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|--------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Prácticas externas | 5             | 145                | 150          |

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

## Metodoloxía docente

|                    | Descrición                         |
|--------------------|------------------------------------|
| Prácticas externas | Prácticas obrigatorias en empresas |

## Atención personalizada

| Metodoloxías       | Descrición                                                  |
|--------------------|-------------------------------------------------------------|
| Prácticas externas | As prácticas estarán supervisadas por un titor do alumno/a. |

## Avaliación

|  | Descrición | Cualificación |
|--|------------|---------------|
|--|------------|---------------|

---

**Outros comentarios sobre a Avaliación**

---

---

**Bibliografía. Fontes de información**

---

---

**Recomendacións**

---

---

**Materias que se recomenda ter cursado previamente**

---

Traballo Fin de Máster/P04M082V01208

---

| <b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>  |                                                                       |        |       |              |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| <b>Traballo Fin de Máster</b> |                                                                       |        |       |              |
| Materia                       | Traballo Fin de Máster                                                |        |       |              |
| Código                        | P04M082V01208                                                         |        |       |              |
| Titulación                    | Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade              |        |       |              |
| Descritores                   | Creditos ECTS                                                         | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                               | 12                                                                    | OB     | 1     | 2c           |
| Lingua de impartición         |                                                                       |        |       |              |
| Departamento                  | Comunicación audiovisual e publicidade                                |        |       |              |
| Coordinador/a                 | Perez Seoane, Jesus                                                   |        |       |              |
| Profesorado                   | Perez Seoane, Jesus<br>Torres Romay, Emma                             |        |       |              |
| Correo-e                      | jpseoane@uvigo.es                                                     |        |       |              |
| Web                           | <a href="http://www.direccionarte.es">http://www.direccionarte.es</a> |        |       |              |
| Descrición xeral              | Dirección creativa de una campaña publicitaria                        |        |       |              |

### Competencias de titulación

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| A7     | Coñecemento da dirección de arte en publicidade como unha disciplina profesional autónoma.                                                                                                                                                                                                |
| A8     | Coñecemento das técnicas e procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                                                                                                                         |
| A9     | Coñecemento e identificación de recursos, elementos, métodos e procedementos utilizados en todo proceso de creatividade publicitaria.                                                                                                                                                     |
| A10    | Capacidade teórico-práctica na creación, elaboración e desenvolvemento dun orixinal publicitario no marco dunha estratexia corporativa global.                                                                                                                                            |
| A11    | 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.                                                                          |
| A12    | Capacidade e habilidade para crear e desenvolver ideas de proxectos no ámbito publicitario.                                                                                                                                                                                               |
| A13    | Capacidade para concibir, producir e deseñar mensaxes creativas eficaces no marco dunha estratexia publicitaria.                                                                                                                                                                          |
| A14    | Capacidade para escribir textos publicitarios con fluidez, e adecuación ás necesidades creativas dunha mensaxe.                                                                                                                                                                           |
| A15    | Capacidade de adaptarse ás esixencias creativas dos clientes que requiren a contratación dun servizo publicitario.                                                                                                                                                                        |
| A16    | Capacidade para adaptar unha mensaxe publicitaria aos seus distintos públicos.                                                                                                                                                                                                            |
| A17    | Capacidade para adaptar un orixinal publicitario ás necesidades creativas e de produción de cada un dos medios publicitarios.                                                                                                                                                             |
| A18    | 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. |
| A20    | 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.                                                            |
| A21    | Coñecementos das diferentes teorías do deseño, a imaxe e a creatividade publicitaria.                                                                                                                                                                                                     |
| A22    | Capacidade para crear e desenvolver contidos e proxectos innovadores que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes publicitarias, así como á súa interpretación.                                                                                                  |
| A23    | 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.    |
| B2     | Capacidade de traballar de forma autónoma como creativo publicitario (nas súas máis diversas acepcións) unha vez finalizado e superado o curso de posgrao.                                                                                                                                |
| B3     | Capacidade para asumir riscos temáticos e ideas innovadoras na fase de creación e desenvolvemento de contidos publicitarios para distintos medios e soportes.                                                                                                                             |
| B4     | Práctica sistemática de autoavaliación crítica de resultados: valoración da importancia de corrixir os erros cometidos no proceso creativo.                                                                                                                                               |
| B5     | Habilidade para a organización e temporalización das tarefas de cara a cumprir os prazos de entrega dos orixinais de acordo cunha estratexia publicitaria determinada.                                                                                                                    |

### Competencias de materia

|                                                                                                 |           |                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------------------|
| Resultados previstos na materia                                                                 | Tipoloxía | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
| (*)Conocimiento de la dirección de arte en publicidad como una disciplina profesional autónoma. | saber     | A7                                    |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                   |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----|
| (*)Conocimiento de las técnicas y procesos creativos publicitarios, tanto a nivel teórico como práctico.                                                                                                                                                                                                | saber             | A8  |
| (*)Conocimiento e identificación de recursos, elementos, métodos y procedimientos utilizados en todo proceso de creatividad publicitaria.                                                                                                                                                               | saber             | A9  |
| (*)Capacidad teórico-práctica en la creación, elaboración y desarrollo de un original publicitario en el marco de una estrategia corporativa global.                                                                                                                                                    | saber             | A10 |
| (*)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.                                                                           | saber             | A11 |
| (*)Capacidad y habilidad para crear y desarrollar ideas de proyectos en el ámbito publicitario.                                                                                                                                                                                                         | saber             | A12 |
| (*)Capacidad para concebir, producir y diseñar mensajes creativos eficaces en el marco de una estrategia publicitaria.                                                                                                                                                                                  | saber             | A13 |
| (*)Capacidad para escribir textos publicitarios con fluidez, y adecuación a las necesidades creativas de un mensaje.                                                                                                                                                                                    | saber             | A14 |
| (*)Capacidad de adaptarse a las exigencias creativas de los clientes que requieren la contratación de un servicio publicitario.                                                                                                                                                                         | saber             | A15 |
| (*)- Capacidad para adaptar un mensaje publicitario a sus distintos públicos.                                                                                                                                                                                                                           | saber hacer       | A16 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                   | A17 |
| -Capacidad para adaptar un original publicitario a las necesidades creativas y de producción de cada uno de los medios publicitarios.                                                                                                                                                                   |                   | A18 |
| - Capacidad para analizar campañas publicitarias desde un punto de vista crítico, atendiendo a los parámetros básicos del análisis creativo publicitario, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada. |                   |     |
| (*)- Habilidad lingüística para exponer de forma adecuada su trabajo académico, tanto de manera oral como escrita y/o por medios audiovisuales e informáticos conforme a los cánones de las disciplinas ciencias de la comunicación.                                                                    | saber hacer       | A20 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                   | A21 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                   | A22 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                   | A23 |
| - Conocimientos de las diferentes teorías del diseño, la imagen y la creatividad publicitaria.                                                                                                                                                                                                          |                   |     |
| - Capacidad para crear y desarrollar contenidos y proyectos innovadores que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de los lenguajes publicitarios, así como de su interpretación.                                                                                                               |                   |     |
| - Capacidad para percibir críticamente la sucesión de tendencias creativas que ofrece el universo publicitario que nos rodea, donde las historias y los relatos son fruto de una sociedad determinada, producto de unas condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica concreta.        |                   |     |
| (*)- Capacidad de trabajar de forma autónoma como creativo publicitario (en sus más diversas acepciones) una vez finalizado y superado el Curso de Postgrado.                                                                                                                                           | Saber estar / ser | B2  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                   | B3  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                   | B4  |
| - Capacidad para asumir riesgos temáticos e ideas innovadoras en la fase de creación y desarrollo de contenidos publicitarios para distintos medios y soportes.                                                                                                                                         |                   | B5  |
| - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir los errores cometidos en el proceso creativo.                                                                                                                                                  |                   |     |
| - 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.                                                                                                                      |                   |     |

## Contidos

### Tema

(\*)Definir y realizar el concepto creativo propio de(\*) una campaña publicitaria de acuerdo con una estrategia fijada.

(\*)Desarrollo y realización del proyecto aplicando los contenidos del programa. (\*)Desarrollo y realización del proyecto aplicando los contenidos del programa.

(\*)Realización del trabajo proyectado (\*)Presentación del trabajo

## Planificación

|           | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-----------|---------------|--------------------|--------------|
| Proxectos | 10            | 290                | 300          |

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

#### **Metodoloxía docente**

|           | Descrición                                   |
|-----------|----------------------------------------------|
| Proxectos | Dirección creativa dun proxecto publicitario |

#### **Atención personalizada**

| Metodoloxías | Descrición                 |
|--------------|----------------------------|
| Proxectos    | Proxecto final titorizado. |

#### **Avaliación**

|           | Descrición                                                  | Cualificación |
|-----------|-------------------------------------------------------------|---------------|
| Proxectos | Desenvolvemento e presentación do proxecto final do Máster. | 100           |

#### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

#### **Bibliografía. Fontes de información**

#### **Recomendacións**

#### **Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

Prácticas en Empresas/P04M082V01207