

TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Nombre: **DISEÑO Y TECNOLOGÍA DIGITAL EN PUBLICIDAD**

Curso: TERCERO Semestre: 2º

Tipo: Formación Básica Obligatoria Optativa

Créditos totales (LRU / ECTS): 6 Año del Plan de Estudio: 2010

DESCRIPTORES

El alumno debe adquirir los conocimientos y recursos suficientes para la producción de piezas publicitarias en plataformas digitales, mediante el proceso y desarrollo de una idea hasta conseguir llevarla a cabo mediante herramientas de diseño digital como pueden ser boletines digitales e interactivos, banners publicitarios animados y estáticos, así como la evaluación, análisis, diseño y estructuración de páginas webs para diferentes sectores empresariales.

OBJETIVOS

El mundo de la comunicación, y muy especialmente el de la Publicidad, se ofrece hoy en permanente cambio, con introducción de nuevas ideas y la continua aparición también de nuevas tecnologías que facilitan, pero también obligan, a la adaptación y el cambio. Este módulo se orienta a que el alumno conozca lo más a fondo posible, es decir, domine, esas nuevas estrategias y tecnologías, en especial el entorno digital, para su aplicación a la actividad publicitaria y de relaciones públicas.

COMPETENCIAS

Competencias transversales genéricas:

Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales de la comunicación institucional, empresarial y social.

Competencias específicas:

- Capacidad y habilidad para identificar, valorar y gestionar demandas emergentes en publicidad y relaciones públicas.
- Capacidad de observación de las nuevas tendencias, conceptos y formatos de la publicidad y las relaciones públicas en las empresas.
- Conocer y saber utilizar las técnicas y herramientas especializadas y/o vinculadas a las nuevas tecnologías.
- Conocimiento básico de las tecnologías aplicadas a la información y a su presentación y diseño en las diferentes fases del proceso de creación y diseño de discursos audiovisuales y campañas de publicidad y relaciones públicas empresariales, institucionales y políticas.
- Dominio de la publicidad y relaciones públicas en entornos digitales.

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

Actividades formativas presenciales:

1. Sesiones presenciales teóricas, prácticas o teórico-prácticas. Peso de la actividad 50-100%.
2. Sesiones presenciales de debate u otras actividades participativas. Peso de la actividad 0-50%.
3. Intervención de invitados expertos en las materias tratadas en la asignatura. Peso de la actividad 0-10%.

Actividades formativas no presenciales:

4. Realización de trabajos y/o prácticas individuales o en grupo. Peso de la actividad 0-100%.
5. Otras actividades no presenciales. Peso de la actividad 0-50%.

TEMARIO

- Tema 0- Introducción al diseño digital.
- Tema 1- Presentacion de proyectos profesionales.
- Tema 2- Edición y maquetación impresa y digital.
- Tema 3- Formatos publicitarios digitales en la web
- Tema 4- La animación digital
- Tema 5- La plataforma web
- Tema 6- E l diseño web
- Tema 7- Conocimientos básicos del lenguaje html*

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Las calificaciones finales de valoración de adquisición de las competencias mínimas para superar este módulo serán de forma general o parcial:

1. Examen consistente en una prueba teórica y otra práctica. En conjunto supondrá un 0-100% de la calificación total. La posibilidad de su sustitución por una prueba oral solo se hará cuando sea imposible realizarla de forma escrita, manteniendo el mismo valor que ésta.
2. Trabajos teóricos y/o prácticos de autoría individual o colectiva, de carácter obligatorio o voluntario a criterio del docente. Podrán obtener entre 0 y 100% de la nota total
3. La asistencia y/o participación en clase y/o tutorías será considerada según el criterio del docente (0-20%)
4. Participación en actividades vía telemática: blogs,foros, plataformas virtuales, webs, social media, etc (0-20%).
5. El docente podrá emplear otros sistemas de evaluación en función de su criterio. En tal caso deberán constar en el proyecto docente, especificados y con su valor en la calificación final.