



Teaching Guide

Identifying Data					2015/16
Subject (*)	Estratexias de comunicación multimedia		Code	616G01035	
Study programme	Grao en Comunicación Audiovisual				
Descriptors					
Cycle	Period	Year	Type	Credits	
Graduate	2nd four-month period	Third	Optativa	6	
Language	Spanish				
Teaching method	Face-to-face				
Prerequisites					
Department	Humanidades				
Coordinador	Diaz Gonzalez, María Jesus	E-mail	m.j.diaz@udc.es		
Lecturers	Diaz Gonzalez, Maria Jesus	E-mail	m.j.diaz@udc.es		
Web					
General description	<p>A materia de Estratexias de Comunicación Multimedia resulta de interese para a formación dos futur@s titulad@s en comunicación audiovisual debido á relevancia que adquiren as novas formas de comunicación integradas a través de diversos medios no ámbito da cultura da converxencia.</p> <p>Esta materia pretende dotar o alumnado das ferramentas adecuadas para coñecer as características das mensaxes nas diferentes plataformas e pantallas, en especial no que se refire ao proceso de planificación, produción e avaliación dun proxecto transmedia.</p>				

Study programme competences / results

Code	Study programme competences / results
A1	Comunicar mensaxes audiovisuais.
A2	Crear produtos audiovisuais.
A6	Coñecelo sector audiovisual: a oferta e as audiencias.
A7	Coñecelas técnicas de creación e produción audiovisual.
A8	Coñecela tecnoloxía audiovisual.
A12	Coñecelos principais códigos da mensaxe audiovisual.
B6	Expresarse correctamente tanto de xeito oral como escrito en linguas oficiais da comunidade autónoma
B7	Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro
B8	Empregar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) precisas para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.
B9	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida e solidaria capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e imprantar solución baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común
C1	Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.
C2	Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.
C3	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.
C4	Valorar a importancia que ten a investigación, innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

Learning outcomes

Learning outcomes	Study programme competences / results		
Comunicar mensaxes audiovisuais.	A1		
Crear produtos audiovisuais	A2		
Coñecelo sector audiovisual: a oferta e as audiencias.	A6		



Coñecelas técnicas de creación e produción dunha campaña transmedia.	A7 A8 A12	B8	
Expresarse correctamente tanto de xeito oral como escrito en linguas oficiais da comunidade autónoma		B6	
Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro		B7	
Traballar en equipo respetando os valores dos demais.		B9	C3
Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.			C2
Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común.		B9	C4
Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.			C1

Contents	
Topic	Sub-topic
1. Introducción. A comunicación multimedia no contexto actual.	- Da web 2.0 á web ubicua - Multiplicación de pantallas - Interactividade
2. O prosumidor. Un cambio na concepción do usuario.	- O novo papel do usuario activo - Os dominios do prosumidor - Redes Sociais e autocomunicación de masas - Comunicación viral
3. Do multimedia ao transmedia. Novas tendencias na comunicación multiplataforma.	- Definición de conceptos: multimedia, transmedia, crossmedia - Transmedia storyline - Elaboración dun produto transmedia. Deseño & Expansión.
4. Planificación dun proxecto transmedia	- A idea - A biblia transmedia
5. Desenvolvemento práctico dun proxecto transmedia	- Plataformas - O pitch - Avaliación de resultados

Planning				
Methodologies / tests	Competencies / Results	Teaching hours (in-person & virtual)	Student?s personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	A6 A7 A8 A12 B9 C3	10	7	17
Case study	A6 A7 A8 A12 B6 B7 B8 B9 C4 C2	2	15	17
Workshop	A1 A2 A7 A8 A12 B6 B7 B8 B9 C1 C2 C3 C4	8	92	100
Mixed objective/subjective test	A6 A7 A8 A12 B6 C2	2	10	12
Personalized attention		4	0	4

(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description
Guest lecture / keynote speech	Leccións expositivas da parte teórica da materia que serán acompañadas por exemplos prácticos que axuden a ilustrar o contido e faciliten a súa comprensión.



Case study	Traballo de coñecemento e análise dun caso real que poida considerarse "boa práctica" dunha estratexia de comunicación multimedia. Esta actividade servirá como ponte entre a teoría e a práctica: os conceptos expostos nas sesións maxistras aplicaranse a exemplos reais para conseguir darlles sentido, e a análise de "boas prácticas" permitirá formular e desenvolver mellor o proxecto que os alumnos teñen que realizar.
Workshop	Desenvolvemento dun proxecto transmedia a través dunha metodoloxía de aprendizaxe baseada en proxectos
Mixed objective/subjective test	Exame da parte teórica da materia

Personalized attention

Methodologies	Description
Workshop Case study	A profesora estará a disposición dos alumnos nas súas horas de titoría e a través do correo electrónico para as necesarias orientacións e seguimento das súas actividades e traballos.

Assessment

Methodologies	Competencies / Results	Description	Qualification
Workshop	A1 A2 A7 A8 A12 B6 B7 B8 B9 C1 C2 C3 C4	O desenvolvemento dun proxecto transmedia será un traballo en equipo no que a profesora valorará tanto o resultado coma o proceso. Ademais realizarase autoavaliación e co-avaliación (valoración dos grupos entre se). A cualificación de cada alumno integrante do grupo podería ser diferente en función da súa achega e compromiso. É necesario aprobar o proxecto para que a súa cualificación faga media coas outras probas e traballos previstos nesta avaliación. Se o proxecto non se aproba, a materia resulta automaticamente suspensa.	60
Mixed objective/subjective test	A6 A7 A8 A12 B6 C2	Exame da parte teórica da materia. A presentación a este exame é obrigatoria para optar á avaliación da materia.	20
Case study	A6 A7 A8 A12 B6 B7 B8 B9 C4 C2	Traballo en equipo para elaborar un informe sobre o caso de "boa práctica" que se analizou. A participación neste traballo é obrigatoria para optar á avaliación da materia.	20

Assessment comments

<p>Ortografía: as posibles faltas de ortografía nos exames e traballos baixarán de modo significativo a cualificación dos mesmos.</p> <p>Os alumnos deberán consultar semanalmente o Campus Virtual (moodle), porque a través deste espazo docente virtual comunicáraselles toda a información necesaria sobre a materia: documentos, avisos e cualificacións.</p>
--

Sources of information



Basic	<ul style="list-style-type: none">- Costa Sánchez, Carmen & Piñeiro Otero, Teresa (2013). Estrategias de comunicación multimedia. Barcelona: Editorial UOC- Scolari, Carlos Alberto. (2013). Narrativas transmedia : cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Centro libros PAFP- Acuña, Fernando & Caloguerea, Alejandro (2013). Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia para múltiples plataformas. Chile: Acción Audiovisual- Rosales, Pere (2010). Estrategia digital : cómo usar las nuevas tecnologías mejor que la competencia. Bilbao: Ediciones Deusto- Gil Castro, E. y Rosas Armenta, X. (2010). ¡Comunícate con multimedia!. México: Limusa- Sivera Bello, Silvia (2008). Marketing viral. Barcelona : Editorial UOC- Jenkins, Henry (2006). Convergence culture. New York : New York University Press
Complementary	<ul style="list-style-type: none">- Miller, Michael (2010). Marketing con YouTube. Madrid : Anaya Multimedia, 2011- Tubau, Daniel (2011). El guión del siglo 21: el futuro de la narrativa en el mundo digital. Barcelona : Alba <p>
</p>

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Publicidade audiovisual/616G01012
Comunicación corporativa/616G01013
Ficción audiovisual/616G01014
Guión/616G01018

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus

Other comments

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.