



| Guía docente | | | | |
|-----------------------|--|--------------------|-----------------|----------|
| Datos Identificativos | | | | 2015/16 |
| Asignatura (*) | Estrategias de comunicación multimedia | Código | 616G01035 | |
| Titulación | Grao en Comunicación Audiovisual | | | |
| Descriptorios | | | | |
| Ciclo | Periodo | Curso | Tipo | Créditos |
| Grado | 2º cuatrimestre | Tercero | Optativa | 6 |
| Idioma | Castellano | | | |
| Modalidad docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | Humanidades | | | |
| Coordinador/a | Diaz Gonzalez, María Jesus | Correo electrónico | m.j.diaz@udc.es | |
| Profesorado | Diaz Gonzalez, Maria Jesus | Correo electrónico | m.j.diaz@udc.es | |
| Web | | | | |
| Descripción general | <p>La asignatura de Estrategias de Comunicación Multimedia resulta de interés para la formación de los futur@s titulad@s en comunicación audiovisual debido a la relevancia que adquieren las nuevas formas de comunicación integradas a través de diversos medios en el ámbito de la cultura de la convergencia.</p> <p>Esta asignatura pretende dotar al alumnado de las herramientas adecuadas para conocer las características de los mensajes en las diferentes plataformas y pantallas, en especial en lo que se refiere al proceso de planificación, producción y evaluación de un proyecto transmedia.</p> | | | |

| Competencias del título | |
|-------------------------|---|
| Código | Competencias del título |
| A1 | Comunicar mensajes audiovisuales. |
| A2 | Crear productos audiovisuales. |
| A6 | Conocer el sector audiovisual: la oferta y las audiencias. |
| A7 | Conocer las técnicas de creación y producción audiovisual. |
| A8 | Conocer la tecnología audiovisual. |
| A12 | Conocer los principales códigos del mensaje audiovisual. |
| B6 | Expresarse correctamente tanto de forma oral como escrita en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma. |
| B7 | Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero. |
| B8 | Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida. |
| B9 | Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común. |
| C1 | Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras |
| C2 | Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse. |
| C3 | Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida. |
| C4 | Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad. |

| Resultados de aprendizaje | | | |
|---|-----|----|-------------------------|
| Resultados de aprendizaje | | | Competencias del título |
| Comunicar mensajes audiovisuales. | A1 | | |
| Crear productos audiovisuales | A2 | | |
| Conocer el sector audiovisual: la oferta y las audiencias. | A6 | | |
| Conocer las técnicas de creación de una campaña transmedia. | A7 | B8 | |
| | A8 | | |
| | A12 | | |



| | | | |
|---|--|----|----|
| Expresarse correctamente tanto de forma oral como escrita en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma. | | B6 | |
| Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero. | | B7 | |
| Trabajar en equipo respetando los valores de los demás. | | B9 | C3 |
| Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse. | | | C2 |
| Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común. | | B9 | C4 |
| Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras. | | | C1 |

| Contenidos | |
|---|---|
| Tema | Subtema |
| 1. Introducción. La comunicación multimedia en el contexto actual | <ul style="list-style-type: none"> · De la web 2.0 a la web ubicua · Multiplicación de pantallas · Interactividad |
| 2. El prosumidor. Un cambio en la concepción del usuario | <ul style="list-style-type: none"> · El nuevo papel del usuario activo · Los dominios del prosumer · Redes Sociales y autocomunicación de masas · Comunicación viral |
| 3. Del multimedia al transmedia. Nuevas tendencias en la comunicación multiplataforma | <ul style="list-style-type: none"> · Definición de conceptos: multimedia, transmedia, crossmedia · Transmedia storyline · Elaboración de un producto transmedia. Diseño & Expansión. |
| 4. Planificación de un proyecto transmedia | <ul style="list-style-type: none"> · La idea · La biblia transmedia |
| 5. Desarrollo práctico de un proyecto transmedia | <ul style="list-style-type: none"> · Plataformas · El pitch · Evaluación de resultados |

| Planificación | | | | |
|------------------------|---|--------------------|--|---------------|
| Metodologías / pruebas | Competencias | Horas presenciales | Horas no presenciales / trabajo autónomo | Horas totales |
| Sesión magistral | A6 A7 A8 A12 B9 C3 | 10 | 7 | 17 |
| Estudio de casos | A6 A7 A8 A12 B6 B7 B8 B9 C4 C2 | 2 | 15 | 17 |
| Taller | A1 A2 A7 A8 A12 B6 B7 B8 B9 C1 C2 C3 C4 | 8 | 92 | 100 |
| Prueba mixta | A6 A7 A8 A12 B6 C2 | 2 | 10 | 12 |
| Atención personalizada | | 4 | 0 | 4 |

(*Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

| Metodologías | |
|------------------|---|
| Metodologías | Descripción |
| Sesión magistral | Lecciones expositivas de la parte teórica de la materia que serán acompañadas por ejemplos prácticos que ayuden a ilustrar el contenido y faciliten su comprensión. |



| | |
|------------------|---|
| Estudio de casos | Trabajo de conocimiento y análisis de un caso real que pueda considerarse "buena práctica" de una estrategia de comunicación multimedia. Esta actividad servirá como puente entre la teoría y la práctica: los conceptos expuestos en las sesiones magistrales se aplicarán a ejemplos reales para conseguir darles sentido, y el análisis de "buenas prácticas" permitirá plantear y desarrollar mejor el proyecto que los alumnos tienen que realizar. |
| Taller | Desarrollo de un proyecto transmedia a través de una metodología de aprendizaje basado en proyectos |
| Prueba mixta | Examen de la parte teórica de la asignatura |

Atención personalizada

| Metodologías | Descripción |
|----------------------------|--|
| Taller Estudio de casos | La profesora estará a disposición de los alumnos en sus horas de tutoría y a través del correo electrónico para las necesarias orientaciones y seguimiento de su actividades y trabajos. |

Evaluación

| Metodologías | Competencias | Descripción | Calificación |
|------------------|---|--|--------------|
| Taller | A1 A2 A7 A8 A12 B6 B7 B8 B9 C1 C2 C3 C4 | El desarrollo de un proyecto transmedia será un trabajo en equipo en el que la profesora valorará tanto el resultado como el proceso. Además se realizará autoevaluación y co-evaluación (valoración de los grupos entre si). La calificación de cada alumno integrante del grupo podría ser diferente en función de su aportación y compromiso. Es necesario aprobar el proyecto para que su calificación haga media con las otras pruebas y trabajos previstos en esta evaluación. Si el proyecto no se aprueba, la asignatura resulta automáticamente suspensa. | 60 |
| Prueba mixta | A6 A7 A8 A12 B6 C2 | Examen de la parte teórica de la asignatura. La presentación a este examen es obligatoria para optar a la evaluación de la asignatura. | 20 |
| Estudio de casos | A6 A7 A8 A12 B6 B7 B8 B9 C4 C2 | Trabajo en equipo para elaborar un dossier sobre el caso de "buena práctica" que se ha analizado. La participación en este trabajo es obligatoria para optar a la evaluación de la asignatura. | 20 |

Observaciones evaluación

| |
|---|
| Ortografía: las posibles faltas de ortografía en los exámenes y trabajos bajarán de modo significativo la calificación de los mismos. Los alumnos deberán consultar semanalmente el Campus Virtual (moodle), porque a través de este espacio docente virtual se les comunicará toda la información necesaria sobre la asignatura: documentos, avisos y calificaciones. |
|---|

Fuentes de información



| | |
|-----------------------|---|
| Básica | <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 PAPP- 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 |
| Complementaria | <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> |

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

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

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Asignaturas que continúan el temario

Otros comentarios

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías