



## 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 tituld@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

Code	Study programme competences
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		
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	B8	
	A8		
	A12		



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.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Da web 2.0 á web ubicua</li> <li>- Multiplicación de pantallas</li> <li>- Interactividade</li> </ul>
2. O prosumidor. Un cambio na concepción do usuario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O novo papel do usuario activo</li> <li>- Os dominios do prosumidor</li> <li>- Redes Sociais e autocomunicación de masas</li> <li>- Comunicación viral</li> </ul>
3. Do multimedia ao transmedia. Novas tendencias na comunicación multiplataforma.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición de conceptos: multimedia, transmedia, crossmedia</li> <li>- Transmedia storyline</li> <li>- Elaboración dun produto transmedia. Deseño &amp; Expansión.</li> </ul>
4. Planificación dun proxecto transmedia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A idea</li> <li>- A biblia transmedia</li> </ul>
5. Desenvolvemento práctico dun proxecto transmedia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plataformas</li> <li>- O pitch</li> <li>- Avaliación de resultados</li> </ul>

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	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	<p>Traballo de coñecemento e análise dun caso real que poida considerarse "boa práctica" dunha estratexia de comunicación multimedia.</p> <p>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.</p>
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	Description	Qualification
Workshop	A1 A2 A7 A8 A12 B6 B7 B8 B9 C1 C2 C3 C4	<p>O desenvolvemento dun proxecto transmedia será un traballo en equipo no que a profesora valorará tanto o resultado coma o proceso.</p> <p>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.</p> <p>É necesario aprobar o proxecto para que a súa cualificación faga media coas outras probas e traballos previstos nesta avaliación.</p> <p>Se o proxecto non se aproba, a materia resulta automaticamente suspensa.</p>	60
Mixed objective/subjective test	A6 A7 A8 A12 B6 C2	<p>Exame da parte teórica da materia.</p> <p>A presentación a este exame é obrigatoria para optar á avaliación da materia.</p>	20
Case study	A6 A7 A8 A12 B6 B7 B8 B9 C4 C2	<p>Traballo en equipo para elaborar un informe sobre o caso de "boa práctica" que se analizou.</p> <p>A participación neste traballo é obrigatoria para optar á avaliación da materia.</p>	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



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