UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guia docente				
Datos Identificativos				2015/16
Asignatura (*)	Estrategias de comunicación multimedia		Código	616G01035
Titulación	Grao en Comunicación Audiovisual			
Descriptores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	2º cuatrimestre	Tercero	Optativa	6
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Humanidades			
Coordinador/a	Diaz Gonzalez, Maria Jesus	Correo electrónico	m.j.diaz@udc.es	
Profesorado	Diaz Gonzalez, Maria Jesus	Correo electrónico	m.j.diaz@udc.es	
Web				
Descripción general	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. 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.			

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados 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 autonoma.
B7	Dominar la expresion y la comprension de forma oral y escrita de un idioma extranjero.
B8	Utilizar las herramientas basicas de las tecnologias de la informacion 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 ciudadania abierta, culta, critica, comprometida, democratica y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien comun.
C1	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras
C2	Valorar criticamente el conocimiento, la tecnologia y la informacion 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 investigacion, la innovacion y el desarrollo tecnologico en el avance socioeconomico y cultural de la sociedad.

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

Expresarse correctamente tanto de forma oral como escrita en las lenguas oficiales de la comunidad autonoma.		B6	
Dominar la expresion y la comprension de forma oral y escrita de un idioma extranjero.		B7	
Trabajar en equipo respetando los valores de los demás.		B9	C3
Valorar criticamente el conocimiento, la tecnologia y la informacion disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.			C2
Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadania abierta, culta, critica, comprometida, democratica y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien comun.		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	· De la web 2.0 a la web ubicua · Multiplicación de pantallas · Interactividad
2. El prosumidor. Un cambio en la concepción del usuario	· 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	· Definición de conceptos: multimedia, transmedia, crossmedia · Transmedia storyline · Elaboración de un producto transmedia. Diseño & Expansión.
4. Planificación de un proyecto transmedia	· La idea · La biblia transmedia
5. Desarrollo práctico de un proyecto transmedia	· Plataformas · El pitch · Evaluación de resultados

Planificación				
Metodologías / pruebas	**Competencias / Resultados**	**Horas lectivas (presenciales y virtuales)**	**Horas 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 C2 C4	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 / Resultados**	**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 C2 C4	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	- 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 PAPF - 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
Complementária	- 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

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