



Teaching Guide				
Identifying Data				2017/18
Subject (*)	Multimedia Communication Strategies	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	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
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.
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	B9	C1 C2
Crear produtos audiovisuais	A2	B9	C1 C4
Coñecelas técnicas de creación e produción dunha campaña transmedia.	A7 A8 A12	B9	
Coñecer os principais códigos da mensaxe audiovisual.	A6 A12	B9	C2 C3 C4



Contents	
Topic	Sub-topic
1. Formatos e tendencias de comunicación multimedia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Marco conceptual I: Multimedia. Interactividade. Comunicación viral.</li> <li>. Marco conceptual II: O usuario como protagonista.</li> <li>. Narrativa multiplataforma.</li> <li>. Narrativa crossmedia.</li> <li>. Narrativa transmedia.</li> </ul>
2. Factores e estratexias de comunicación en Social Media.	<ul style="list-style-type: none"> <li>. O valor da conversación social.</li> <li>. Obxectivos: por que e para que dos Social Media?</li> <li>. Selección de Social Media en función do contido audiovisual.</li> <li>. Estratexias para impulsar a interacción.</li> </ul>
3. Creación e optimización de contidos en liña.	<ul style="list-style-type: none"> <li>. A mensaxe.</li> <li>. A biblia de desenvolvemento.</li> <li>. A selección das plataformas.</li> </ul>
4. Estratexias de comunicación combinadas on-off line.	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Coherencia contido-soporte.</li> <li>. Estratexias combinadas.</li> </ul>
5. Planificación e desenvolvemento de proxectos de comunicación multimedia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Metas e obxectivos.</li> <li>. Planificación.</li> <li>. Execución.</li> <li>. Avaliación de resultados e obtención de conclusións.</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 B9 C2 C4	2	15	17
Workshop	A1 A2 A7 A8 A12 B9 C1 C2 C3 C4	8	92	100
Mixed objective/subjective test	A6 A7 A8 A12 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	Description	Qualification
Workshop	A1 A2 A7 A8 A12 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 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 B9 C2 C4	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	
<b>Basic</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acuña, Fernando &amp; Calogueria, Alejandro (2013). Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia para múltiples plataformas. Chile: Acción Audiovisual</li> <li>- Costa Sánchez, Carmen &amp; Piñeiro Otero, Teresa (2013). Estrategias de comunicación multimedia. Barcelona: Editorial UOC</li> <li>- Gallego Aguilar, Andrés Felipe (2011). Diseño de Narrativas Transmediáticas. Colombia: Universidad de Caldas. Manizales</li> <li>- Jenkins, Henry (2006). Convergence culture. New York : New York University Press</li> <li>- Jenkins, Henry; Ford, Sam &amp; Green, Joshua (2015). Cultura transmedia. Barcelona: Gedisa</li> <li>- Neira, Elena (2015). La otra pantalla. Redes sociales, móviles y nueva televisión. Barcelona: Editorial UOC</li> <li>- Rosales, Pere (2010). Estrategia digital : cómo usar las nuevas tecnologías mejor que la competencia. Bilbao: Ediciones Deusto</li> <li>- Scolari, Carlos Alberto. (2013). Narrativas transmedia : cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Centro libros PAPF</li> </ul>
<b>Complementary</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cascajosa Virino, Concepción (ed.) (2015). Dentro de El Ministerio del Tiempo. Madrid: Leemelibros</li> <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>

Recommendations
Subjects that it is recommended to have taken before



Audiovisual Advertising/616G01012

Corporate Communication/616G01013

Audiovisual Fiction/616G01014

Screenplay Writing/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.