



Teaching Guide				
Identifying Data				2017/18
Subject (*)	Digital Publishing	Code	616G01046	
Study programme	Grao en Comunicación Audiovisual			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Graduate	2nd four-month period	Fourth	Optativa	6
Language	SpanishGalician			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	ComputaciónSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	López Garrido, Mercedes Marina	E-mail	mercedes.lopez@udc.es	
Lecturers	López Garrido, Mercedes Marina	E-mail	mercedes.lopez@udc.es	
Web				
General description				

Study programme competences	
Code	Study programme competences
A1	Comunicar mensaxes audiovisuais.
A2	Crear produtos audiovisuais.
A3	Xestionar proxectos 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.
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 imrpantar solución baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común
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	
Coñecer os tipos de publicacións dixitais existentes (segundo temática/xénero e soporte)		A7 A8 A12	B8 B9 C4
Coñecer os elementos imprescindibles dunha correcta composición editorial		A1 A2 A7 A8 A12	B8
Aprender a adecuar os contidos, as cores, tipos, formas, elementos audiovisuais... á composición editorial para a contorna dixital		A1 A2 A7 A8 A12	B8



Coñecer as técnicas e ferramentas de composición editorial dixital.	A1 A2 A7 A8 A12	B8	
Aprender conceptos básicos de interactividade e usabilidade para o adecuado deseño das publicacións dixitais	A1 A2 A3 A7 A8 A12	B8	
Coñecer todas as fases do proceso para ser quen de afrontar un proxecto editorial dixital de principio a fin	A1 A2 A3 A6 A7 A8 A12	B8	C2 C4

Contents	
Topic	Sub-topic
TEMA 1. INTRODUCCIÓN. TIPOS DE PUBLICACIÓNS: DO MUNDO ANALÓXICO AO DIXITAL	1.1. Breve historia da comunicación editorial. 1.2. Cambios no consumo e a narrativa de contidos editoriais: do papel á tablet pasando pola web. 1.3. Novos medios e soportes. Novas posibilidades. 1.4. Panorama actual. É o fin das publicacións en papel?
TEMA 2. OS CONTIDOS DIXITAIS. CONTIDOS EN MOBILIDADE. DISTINTOS FORMATOS.	2.1. Consumo de información e entretemento en soporte dixital. 2.2. Formatos en función do tipo de publicación 2.3. Formatos en función do xénero e temática 2.4. Formatos en función do grao de interactividade
TEMA 3. DISPOSITIVOS PARA OS QUE DESEÑAR: SMARTPHONE, TABLET, IOS/ANDROID...	3.1. Características dos diferentes dispositivos móbiles 3.2. Características dos diferentes sistemas operativos
TEMA 4. ELEMENTOS DUNHA PUBLICACIÓN INTERACTIVA: DO TEXTO AOS CONTIDOS AUDIOVISUAIS. DESEÑO VISUAL E ARQUITECTURA DE CONTIDOS.	4.1. Elementos estáticos, dinámicos e interactivos. 4.2. Redacción e composición 4.3. Deseño de publicacións: estilo visual, tipografía, paleta de cor, ritmo, maquetación... 4.4. Arquitectura de contidos. A árbore de navegación.
TEMA 5. ANIMACIÓN E DESEÑO DE INTERACCIÓN. USABILIDADE EN DISPOSITIVOS MÓBILES.	5.1. Deseño Centrado no Usuario (UCD). 5.2. Animación e deseño de interacción. 5.3. Usabilidade en dispositivos móbiles
TEMA 6. FERRAMENTAS DISPOÑIBLES PARA O DESEÑO DE PUBLICACIÓNS DIXITAIS.	6.1. Software para deseñar publicacións dixitais 6.2. Opcións de uso e distribución.
TEMA 7. PLATAFORMAS DE PUBLICACIÓN. COMERCIALIZACIÓN.	7.1. Publicación do produto editorial: plataformas propias, Google Play, App Store... 7.2. Opcións de comercialización 7.3. Monetización e publicidade. 7.4. Plan de marketing e comunicación.

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours



Workshop	A1 A2 A3 A7 A8 A12	24	100	124
Guest lecture / keynote speech	A1 A2 A3 A6 A7 A8 A12 B9 B8 C2 C3 C4	24	0	24
Personalized attention		2	0	2

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

Methodologies	
Methodologies	Description
Workshop	Creación e deseño de publicacións dixitais para soportes móbiles
Guest lecture / keynote speech	Docencia sobre os contidos do temario

Personalized attention	
Methodologies	Description
Guest lecture / keynote speech	Titorización dos proxectos do alumnado
Workshop	

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Guest lecture / keynote speech	A1 A2 A3 A6 A7 A8 A12 B9 B8 C2 C3 C4	Exame sobre os contidos da materia	30
Workshop	A1 A2 A3 A7 A8 A12	Entrega de traballos prácticos en grupo e individuais consistentes no deseño e implementación de diferentes tipos de publicacións dixitais.	70

Assessment comments

Sources of information	
Basic	
Complementary	

Recommendations	
Subjects that it is recommended to have taken before	
Applied Design/616G01015	
Multimedia Creation Workshop/616G01038	
Subjects that are recommended to be taken simultaneously	
Multimedia Creation Workshop/616G01038	
Multimedia on Mobile Devices/616G01043	
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.