



Guía docente				
Datos Identificativos				2018/19
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	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador/a	Costa Sanchez, Carmen	Correo electrónico	carmen.costa@udc.es	
Profesorado	Costa Sanchez, Carmen	Correo electrónico	carmen.costa@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 / 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.
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 / Resultados del título		
Comunicar mensajes audiovisuales.	A1	B9	C1 C2
Crear productos audiovisuales	A2	B9	C1 C4
Conocer las técnicas de creación y producción de una campaña transmedia.	A7 A8 A12	B9	
Conocer los principales códigos del mensaje audiovisual	A6 A12	B9	C2 C3 C4



Contenidos	
Tema	Subtema
1. Formatos y tendencias de comunicación multimedia.	<ul style="list-style-type: none"> . Marco conceptual I: Multimedia. Interactividad. Comunicación viral. . Marco conceptual II: El usuario como protagonista. . Narrativa multiplataforma. . Narrativa crossmedia. . Narrativa transmedia.
2. Factores y estrategias de comunicación en Social Media.	<ul style="list-style-type: none"> . El valor de la conversación social. . Objetivos: ¿por qué y para qué de los Social Media? . Selección de Social Media en función del contenido audiovisual. . Estrategias para impulsar la interacción.
3. Creación y optimización de contenidos on line.	<ul style="list-style-type: none"> . El mensaje. . La biblia de desarrollo. . La selección de las plataformas.
4. Estrategias de comunicación combinadas on-off line.	<ul style="list-style-type: none"> . Coherencia contenido-soporte. . Estrategias combinadas.
5. Planificación y desarrollo de proyectos de comunicación multimedia.	<ul style="list-style-type: none"> . Metas y objetivos. . Planificación. . Ejecución. . Evaluación de resultados y obtención de conclusiones.

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 B9 C2 C4	2	15	17
Taller	A1 A2 A7 A8 A12 B9 C1 C2 C3 C4	8	92	100
Prueba mixta	A6 A7 A8 A12 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 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.	30
Prueba mixta	A6 A7 A8 A12 C2	Examen de la parte teórica de la asignatura. La presentación a este examen es obligatoria para optar a la evaluación de la asignatura.	50
Estudio de casos	A6 A7 A8 A12 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
<p>Ortografía: las posibles faltas de ortografía en los exámenes y trabajos bajarán de modo significativo la calificación de los mismos.</p> <p>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.</p>

Fuentes de información	
Básica	<ul style="list-style-type: none"> - Acuña, Fernando & Calogueria, Alejandro (2013). Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia para múltiples plataformas. Chile: Acción Audiovisual - Costa Sánchez, Carmen & Piñeiro Otero, Teresa (2013). Estrategias de comunicación multimedia. Barcelona: Editorial UOC - Gallego Aguilar, Andrés Felipe (2011). Diseño de Narrativas Transmediáticas. Colombia: Universidad de Caldas. Manizales - Jenkins, Henry (2006). Convergence culture. New York : New York University Press - Jenkins, Henry; Ford, Sam & Green, Joshua (2015). Cultura transmedia. Barcelona: Gedisa - Neira, Elena (2015). La otra pantalla. Redes sociales, móviles y nueva televisión. Barcelona: Editorial UOC - Rosales, Pere (2010). Estrategia digital : cómo usar las nuevas tecnologías mejor que la competencia. Bilbao: Ediciones Deusto - Scolari, Carlos Alberto. (2013). Narrativas transmedia : cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Centro libros PAPP - Costa Sánchez, Carmen y Martínez Costa, Sandra (eds.) (2018). Comunicación Corporativa Audiovisual y Online. Innovación y tendencias.. Barcelona: Editorial UOC



Complementaría	<ul style="list-style-type: none">- Cascajosa Virino, Concepción (ed.) (2015). Dentro de El Ministerio del Tiempo. Madrid: Leemelibros- 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