



Guía Docente				
Datos Identificativos				2018/19
Asignatura (*)	Estratexias de comunicación multimedia	Código	616G01035	
Titulación	Grao en Comunicación Audiovisual			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuatrimestre	Terceiro	Optativa	6
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Costa Sanchez, Carmen	Correo electrónico	carmen.costa@udc.es	
Profesorado	Costa Sanchez, Carmen	Correo electrónico	carmen.costa@udc.es	
Web				
Descrición xeral	<p>A materia de Estratexias de Comunicación Multimedia resulta de interese para a formación dos futur@s titulad@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>			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título
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 imprinter 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.

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
	Comunicar mensaxes audiovisuais.	A1	B9
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



Contidos	
Temas	Subtemas
1. Formatos e tendencias de comunicación multimedia.	<ul style="list-style-type: none"> . Marco conceptual. . Narrativa multiplataforma. . Narrativa crossmedia. . Narrativa transmedia.
2. Factores e estratexias de comunicación en Social Media.	<ul style="list-style-type: none"> . O valor da conversación social. . Obxectivos: por que e para que dos Social Media? . Selección de Social Media en función do contido audiovisual. . Estratexias para impulsar a interacción.
3. Creación e optimización de contidos en liña.	<ul style="list-style-type: none"> . A mensaxe. . A biblia de desenvolvemento. . A selección das plataformas.
4. Estratexias de comunicación combinadas on-off line.	<ul style="list-style-type: none"> . Coherencia contido-soporte. . Estratexias combinadas.
5. Planificación e desenvolvemento de proxectos de comunicación multimedia.	<ul style="list-style-type: none"> . Metas e obxectivos. . Planificación. . Execución. . Avaliación de resultados e obtención de conclusións.

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A6 A7 A8 A12 B9 C3	10	7	17
Estudo de casos	A6 A7 A8 A12 B9 C2 C4	2	15	17
Obradoiro	A1 A2 A7 A8 A12 B9 C1 C2 C3 C4	8	92	100
Proba mixta	A6 A7 A8 A12 C2	2	10	12
Atención personalizada		4	0	4

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	Leccións expositivas da parte teórica da materia que serán acompañadas por exemplos prácticos que axuden a ilustrar o contido e faciliten a súa comprensión.
Estudo de casos	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 maxistrais 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.
Obradoiro	Desenvolvemento dun proxecto transmedia a través dunha metodoloxía de aprendizaxe baseada en proxectos
Proba mixta	Exame da parte teórica da materia

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición



Obradoiro Estudo de casos	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.
------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Obradoiro	A1 A2 A7 A8 A12 B9 C1 C2 C3 C4	A cualificación de cada alumno integrante do grupo podería ser diferente en función da súa achega e compromiso.	30
Proba mixta	A6 A7 A8 A12 C2	Exame da parte teórica da materia. A superación do exame é obrigatoria para sumar a cualificación da parte práctica da materia.	50
Estudo de casos	A6 A7 A8 A12 B9 C2 C4	Traballo en equipo para elaborar un informe sobre os casos propostos.	20

Observacións avaliación
Ortografía: as posibles faltas de ortografía nos exames e traballos baixarán de modo significativo a cualificación dos mesmos.

Fontes de información	
Bibliografía 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
Bibliografía complementaria	<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

Recomendacións
Materias que se recomenda ter cursado previamente
Publicidade audiovisual/616G01012
Comunicación corporativa/616G01013
Ficción audiovisual/616G01014
Guión/616G01018
Materias que se recomenda cursar simultaneamente
Materias que continúan o temario



Observacións

(*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías