



| Guía docente          |  |                    |                    |          |
|-----------------------|--|--------------------|--------------------|----------|
| Datos Identificativos |  |                    |                    | 2022/23  |
| 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         | Comesaña Comesaña, Patricia  | Correo electrónico | p.comesanac@udc.es |          |
| Profesorado           | Comesaña Comesaña, Patricia  | Correo electrónico | p.comesanac@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 del título |   |
|-------------------------|---|
| Código                  | Competencias 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 del título |    |                |
| Comunicar mensajes audiovisuales.  | A1                      | B9 | C1<br>C2       |
| Crear productos audiovisuales  | A2                      | B9 | C1<br>C4       |
| Conocer las técnicas de creación y producción de una campaña transmedia. | A7<br>A8<br>A12         | B9 |                |
| Conocer los principales códigos del mensaje audiovisual                  | A6<br>A12               | B9 | C2<br>C3<br>C4 |



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

| Planificación          |                                   |                    |  |               |
|------------------------|-----------------------------------|--------------------|--|---------------|
| Metodologías / pruebas | Competencias                      | Horas presenciales | Horas no presenciales / trabajo autónomo | Horas totales |
| Sesión magistral       | A6 A7 A8 A12 B9 C3                | 20                 | 58                                       | 78            |
| Taller                 | A1 A2 A7 A8 A12 B9<br>C1 C2 C3 C4 | 20                 | 50                                       | 70            |
| Prueba mixta           | A1 A2 A6 C2                       | 1                  | 0  | 1             |
| Atención personalizada |                                   | 1                  | 0  | 1             |

(\*) 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. |
| Taller           | Desarrollo de un proyecto transmedia a través de una metodología de aprendizaje basado en proyectos   |
| Prueba mixta     | Exame dos contidos da materia.  |

| Atención personalizada |  |
|------------------------|--|
| Metodologías           | Descripción  |
| Taller                 | 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 | Descripción | Calificación |



|              |                                   |  |    |
|--------------|-----------------------------------|--|----|
| Taller       | A1 A2 A7 A8 A12 B9<br>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.<br>Además se realizará autoevaluación y co-evaluación (valoración de los grupos entre si).<br>La calificación de cada alumno integrante del grupo podría ser diferente en función de su aportación y compromiso.<br>Es necesario aprobar el proyecto para que su calificación haga media con las otras pruebas y trabajos previstos en esta evaluación.<br>Si el proyecto no se aprueba, la asignatura resulta automáticamente suspensa. | 60 |
| Prueba mixta | A1 A2 A6 C2                       | Examen con preguntas cortas  | 40 |

### Observaciones evaluación

#### Ortografía:

las posibles faltas de ortografía en los exámenes y trabajos bajarán de modo significativo la calificación de los mismos.

- Para aprobar la materia es preciso haber aprobado a parte de la teoría ( examen) y de la práctica (talleres y trabajo tutelado).
- Actuación contra lo plagio. La realización fraudulenta de las pruebas o actividades de evaluación implicará directamente la cualificación de suspenso "0" en la materia en la convocatoria correspondiente, invalidando así cualquier cualificación obtenida en todas las actividades de evaluación para la convocatoria extraordinaria.
- Los alumnos/ las con dispensa académica deben contactar con el profesor antes de 30 de enero , el fin de acordar un itineraario personalizado que permita suplir las ausencias a las sesiones magistrales, horas de trabajo en aula y a la conferencia / masterclass planificadas.

### Fuentes de información

|                       |  |
|-----------------------|--|
| <b>Básica</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> <li>- Costa Sánchez, Carmen &amp; Martínez Costa, Sandra (eds.) (2018). Comunicación Corporativa Audiovisual y Online. Innovación y tendencias.. Barcelona: Editorial UOC</li> </ul> |
| <b>Complementaria</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>   |

### Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente



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