



Guía Docente				
Datos Identificativos			2021/22	
Asignatura (*)	Estratexias de comunicación multimedia		Código	616G01035
Titulación				
Descriptoros				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuatrimestre	Terceiro	Optativa	6
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Híbrida			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Conde Vázquez, Erica	Correo electrónico	erica.conde@udc.es	
Profesorado	Conde Vázquez, Erica	Correo electrónico	erica.conde@udc.es	
Web				
Descrición xeral	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. 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.			
Plan de continxencia	1. Modificacións nos contidos Os contidos fundamentais mantéñense. 2. Metodoloxías A docencia interactiva pasará a ser online no caso de ter que aplicar un modelo de non presencialidade. mantense o obradoiro como metodoloxía de desenvolvemento da materia. 3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado Titorías en Teams e correo electrónico. 4. Modificacións na avaliación A proba realizarase de maneira online de non poder facerse presencialmente. 5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía Non hai.			

Competencias do título	
Código	Competencias do título

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias do título		
Comunicar mensaxes audiovisuais.	A1	B9	C1 C2
Crear produtos audiovisuais	A2	B9	C1 C4
Coñecer as 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.	. Marco conceptual. . Narrativa multiplataforma. . Narrativa crossmedia. . Narrativa transmedia.
2. Factores e estratexias de comunicación en Social Media.	. 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.	. A mensaxe. . A biblia de desenvolvemento. . A selección das plataformas.
4. Estratexias de comunicación combinadas on-off line.	. Coherencia contido-soporte. . Estratexias combinadas.
5. Planificación e desenvolvemento de proxectos de comunicación multimedia.	. Metas e obxectivos. . Planificación. . Execución. . Avaliación de resultados e obtención de conclusións.

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A6 A7 A8 A12 B9 C3	20	58	78
Obradoiro	A1 A2 A7 A8 A12 B9 C1 C2 C3 C4	20	50	70
Proba mixta	A1 A2 A6 C2	1	0	1
Atención personalizada		1	0	1
*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.
Obradoiro	Desenvolvemento de diferentes traballos a través dunha metodoloxía de aprendizaxe baseada en proxectos
Proba mixta	Exame dos contidos da materia.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Obradoiro	A profesora estará a disposición dos alumnos nas súas horas de tutoría e a través do correo electrónico e Teams para as necesarias orientacións e seguimento das súas actividades e traballos.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	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.	60



Proba mixta	A1 A2 A6 C2	Exame con preguntas curtas	40
-------------	-------------	----------------------------	----

Observacións avaliación

- Ortografía: as posibles faltas de ortografía nos exames e traballos baixarán de modo significativo a cualificación dos mesmos.- Para aprobar a materia é preciso ter aprobado a parte da teoría (examen) e da práctica (obradoiros e traballo tutelado).- Cada traballo ou exercicio práctico non entregado no tempo e forma estipulados supón a súa anulación.- Actuación contra o plaxio. A realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación implicará directamente a cualificación de suspenso "0" na materia na convocatoria correspondente, invalidando así calquera cualificación obtida en todas as actividades de avaliación para a convocatoria extraordinaria.- Os alumnos/ as con dispensa académica deben contactar co profesor antes do 30 de xaneiro, a fin de acordar un itinerario personalizado que permita suplir as ausencias ás sesións maxistras, horas de traballo en aula e á conferencia / masterclass planificadas.

Fontes de información

Bibliografía básica	- 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 PAPF - Costa Sánchez, Carmen & Martínez Costa, Sandra (eds.) (2018). Comunicación Corporativa Audiovisual y Online. Innovación y tendencias.. Barcelona: Editorial UOC
Bibliografía complementaria	- 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

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