



Guía Docente				
Datos Identificativos				2016/17
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	Humanidades			
Coordinación		Correo electrónico		
Profesorado	Díaz Gonzalez, María Jesús	Correo electrónico	m.j.diaz@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.			

Competencias do título	
Código	Competencias 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.
B6	Expresarse correctamente tanto de xeito oral como escrito en linguas oficiais da comunidade autónoma
B7	Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro
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 implanter 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 do título	
Comunicar mensaxes audiovisuais.		A1	
Crear produtos audiovisuais		A2	
Coñecelo sector audiovisual: a oferta e as audiencias.		A6	
Coñecelas técnicas de creación e produción dunha campaña transmedia.		A7	B8
		A8	
		A12	



Expresarse correctamente tanto de xeito oral como escrito en linguas oficiais da comunidade autónoma		B6	
Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro		B7	
Traballar en equipo respetando os valores dos demais.		B9	C3
Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.			C2
Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común.		B9	C4
Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.			C1

Contidos	
Temas	Subtemas
1. Formatos e tendencias de comunicación multimedia.	. Marco conceptual I: Multimedia. Interactividade. Comunicación viral. . Marco conceptual II: O usuario como protagonista. . 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	10	7	17
Estudo de casos	A6 A7 A8 A12 B6 B7 B8 B9 C2 C4	2	15	17
Obradoiro	A1 A2 A7 A8 A12 B6 B7 B8 B9 C1 C2 C3 C4	8	92	100
Proba mixta	A6 A7 A8 A12 B6 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	Descrición	Cualificación
Obradoiro	A1 A2 A7 A8 A12 B6 B7 B8 B9 C1 C2 C3 C4	O desenvolvemento dun proxecto transmedia será un traballo en equipo no que a profesora valorará tanto o resultado coma o proceso. Ademais realizarase autoavaliación e co-avaliación (valoración dos grupos entre se). A cualificación de cada alumno integrante do grupo podería ser diferente en función da súa achega e compromiso. É necesario aprobar o proxecto para que a súa cualificación faga media coas outras probas e traballos previstos nesta avaliación. Se o proxecto non se aproba, a materia resulta automaticamente suspensa.	60
Proba mixta	A6 A7 A8 A12 B6 C2	Exame da parte teórica da materia. A presentación a este exame é obrigatoria para optar á avaliación da materia.	20
Estudo de casos	A6 A7 A8 A12 B6 B7 B8 B9 C2 C4	Traballo en equipo para elaborar un informe sobre o caso de "boa práctica" que se analizou. A participación neste traballo é obrigatoria para optar á avaliación da materia.	20

Observacións avaliación

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

Os alumnos deberán consultar semanalmente o Campus Virtual (moodle), porque a través deste espazo docente virtual comunicáraselles toda a información necesaria sobre a materia: documentos, avisos e cualificacións.

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 - Gil Castro, E. y Rosas Armenta, X. (2010). ¡Comunícate con multimedia!. México: Limusa - 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 - Sivera Bello, Silvia (2008). Marketing viral. Barcelona : Editorial UOC
Bibliografía complementaria	- 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