



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2018/19
Subject (*)	Multimedia Communication Strategies		Code	616G01035
Study programme	Grao en Comunicación Audiovisual			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Graduate	2nd four-month period	Third	Optional	6
Language	Spanish			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	Costa Sanchez, Carmen	E-mail	carmen.costa@udc.es	
Lecturers	Costa Sanchez, Carmen	E-mail	carmen.costa@udc.es	
Web				
General description	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.			

Study programme competences

Code	Study programme competences
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 imprantar 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.

Learning outcomes

Learning outcomes	Study programme competences		
Comunicar mensaxes audiovisuais.	A1	B9	C1 C2
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



Contents	
Topic	Sub-topic
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.

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	A6 A7 A8 A12 B9 C3	10	7	17
Case study	A6 A7 A8 A12 B9 C2 C4	2	15	17
Workshop	A1 A2 A7 A8 A12 B9 C1 C2 C3 C4	8	92	100
Mixed objective/subjective test	A6 A7 A8 A12 C2	2	10	12
Personalized attention		4	0	4
(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.				

Methodologies	
Methodologies	Description
Guest lecture / keynote speech	Leccións expositivas da parte teórica da materia que serán acompañadas por exemplos prácticos que axuden a ilustrar o contido e faciliten a súa comprensión.
Case study	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.
Workshop	Desenvolvemento dun proxecto transmedia a través dunha metodoloxía de aprendizaxe baseada en proxectos
Mixed objective/subjective test	Exame da parte teórica da materia

Personalized attention	
Methodologies	Description



Workshop Case study	A profesora estará a disposición dos alumnos nas súas horas de tutoría e a través do correo electrónico para as necesarias orientacións e seguimento das súas actividades e traballos.
------------------------	--

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Workshop	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
Mixed objective/subjective test	A6 A7 A8 A12 C2	Exame da parte teórica da materia. A superación do exame é obrigatoria para sumar a calificación da parte práctica da materia.	50
Case study	A6 A7 A8 A12 B9 C2 C4	Traballo en equipo para elaborar un informe sobre os casos propostos.	20

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

Sources of information	
Basic	- 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 y Martínez Costa, Sandra (eds.) (2018). Comunicación Corporativa Audiovisual y Online. Innovación y tendencias.. Barcelona: Editorial UOC
Complementary	- 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

Recommendations
Subjects that it is recommended to have taken before
Audiovisual Advertising/616G01012 Corporate Communication/616G01013 Audiovisual Fiction/616G01014 Screenplay Writing/616G01018
Subjects that are recommended to be taken simultaneously
Subjects that continue the syllabus
Other comments



(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.