



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Redes audiovisuales en internet

Asignatura	Redes audiovisuales en internet			
Código	P04G070V01910			
Titulación	Grado en Comunicación Audiovisual			
Descriptor	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Psicología evolutiva y comunicación			
Coordinador/a	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Profesorado	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Correo-e	daniel3marti@yahoo.com			
Web	http://http://chill.com/daniel3marti			
Descripción general				

### Competencias de titulación

Código	
A9	Conocimiento, identificación y aplicación de recursos, elementos, métodos y procedimientos de los procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales tanto lineales como no lineales
A22	Capacidad para la utilización de las técnicas y procesos en la organización y creación en las diversas fases de la construcción de la producción multimedia y materiales interactivos
A26	Capacidad para escribir con fluidez, textos, escaletas o guiones en los campos de la ficción cinematográfica, televisiva, videográfica, radiofónica o multimedia
A30	Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia e hipermedia en sus diversas fases, desde una perspectiva teórica y práctica
A35	Capacidad para realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia
A40	Habilidad para el uso adecuado de herramientas tecnológicas, especialmente informáticas, en las diferentes fases del proceso audiovisual para que los alumnos se expresen a través de imágenes o discursos audiovisuales con la calidad técnica imprescindible
A42	Capacidad para definir proyectos personales de creación innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de los lenguajes audiovisuales o su interpretación
A44	Capacidad para percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea, considerando los mensajes icónicos como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada
A45	Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente, asumiendo los principios de la responsabilidad social

### Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
1. Formación documental y analítica en recursos digitales, en particular audiovisuales	A22
2. Estudio y análisis de relatos audiovisuales en función de perfiles de usuarios y dominantes en comunidades en redes y agrupaciones digitales	A9 A44
3. Prácticas creativas redaccionales y compositivas en ediciones ajenas y propias con aplicaciones web de acceso público	A26 A42
4. Estudio y prácticas en producción con materiales sonoros y visuales según criterios de entorno web y con interfaces para varios niveles de uso	A35 A40 A45

5. Iniciación en recursos para la actualización y al autoformación en aplicaciones informáticas en gestión de contenidos y de públicos	A40
6. Ejercitación y práctica de participación en producciones en línea o abiertas así como para crear y dirigir producciones web personales o institucionales	A22 A40
7. Estudio casuístico y experimental de casos y crisis de intermediación web referidos a la comunicación audiovisual (viral, etc.) referida a marcas, organizaciones, etc.	A30

## Contenidos

Tema	
MARCA PERSONAL	TALLER DE MARCA PERSONAL
Identidad y agentes de la evolución profesional en el sector cultural.	Herramientas para la recepción y gestión de fuentes de información audiovisual: repositorios, estudios de sector, RSS, listas de microposts y virales e inspiración.
Construcción y gestión pública de un porfolio profesional audiovisual.	Redes sociales para la comunicación en el sector audiovisual.
COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES	CASOS CERCANOS DE COMUNICACIÓN Y COOPERACIÓN
Información, comunicación y visualización de crítica y cooperación en proyectos audiovisuales	Aplicaciones de visualización y comunicación. Foros y redes sociales audiovisuales.
DIRECCIÓN DE eCOMUNICACIÓN PERSONAL	PLAN DE SOCIALMEDIA
De las relaciones públicas a la publicidad.	Eventos y amplificación de obra relevante.
Intercambio y difusión.	Colaboración y gestión de crisis en medios sociales.
Versionado crossmedia de la obra audiovisual.	La comunicación audiovisual multiplataforma.
IMAGEN COOPERATIVA	APRENDIZAJE Y PROYECCIÓN
Transmedia.	Recepción y transformación de la obra postmoderna.
Participación en proyectos sociales colaborativos. Reproducción y renovación en medios sociales.	

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Talleres	15	30	45
Estudio de casos/análisis de situaciones	13	26	39
Trabajos tutelados	13	26	39
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	2	2	4
Estudio de casos/análisis de situaciones	2	2	4
Trabajos y proyectos	2	2	4
Portafolio/dossier	3	12	15

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

## Metodologías

	Descripción
Talleres	Taller de personal branding: inmersión en propuestas CV, evaluación y diseño de contenidos y canales del portafolio para la definición y comunicación del proyecto profesional personal.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Análisis y propuestas de comunicación del perfil y de las actividades profesionales en redes audiovisuales en internet.
Trabajos tutelados	Comunicación, cooperación y planificación de la presentación profesional en los canales de comunicación con agentes en el sector audiovisual y en las redes sociales.

## Atención personalizada

Pruebas	Descripción
Portafolio/dossier	

## Evaluación

Descripción	Calificación
-------------	--------------

Talleres	Participación y cooperación con los compañeros en la organización de marcas y portfolios personales	5
Estudio de casos/análisis de situaciones	Participación e intervención en la solución de casos y en las propuestas de comunicación profesional en redes sociales	5
Trabajos tutelados	Comunicación del análisis y de la planificación profesional para medios sociales	5
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Diseño de aplicaciones y portfolio profesional + Solución de caso en prueba final	20
Estudio de casos/análisis de situaciones	Evaluación de casos  + solución de caso en prueba final	20
Trabajos y proyectos	Propuesta de plan de comunicación profesional en medios sociales  + solución de caso en prueba final	20
Portafolio/dossier	Reflexión sobre los propios trabajos, sobre el aprendizaje y acerca de los proyectos de interés	25

### Otros comentarios sobre la Evaluación

Para quienes no desarrollen o aprueben las prácticas durante el curso es obligatorio la presentación previa a la prueba final de la asignatura (que se examinará por casos con un valor máximo del 30%) de los siguiente informes de prácticas:

1. Entorno personal de aplicaciones profesionales compartidas en internet;
2. Guía para intervenir en comunidades profesionales en las principales redes sociales;
3. Plan de comunicación profesional en los principales medios sociales relacionados con la profesión; y,
4. Porfolio profesional en línea.

### Fuentes de información

Dolors Reig, **Socionomía ¿vas a perderte la revolución social?**, 2012,

Dolors Reig @dreig (2012) Socionomía ¿vas a perderte la revolución social?. Barcelona: Planeta.

Desde las aplicaciones que articulan el curso se enlazan ampliaciones documentales según intereses.

### Recomendaciones

#### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Estrategias publicitarias y de relaciones públicas para productos audiovisuales/P04G070V01501