



DATOS IDENTIFICATIVOS

Redes audiovisuales en internet

Asignatura	Redes audiovisuales en internet			
Código	P04G070V01910			
Titulación	Grado en Comunicación Audiovisual			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Castellano Gallego Inglés			
Departamento	Psicología evolutiva y comunicación			
Coordinador/a	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Profesorado	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Correo-e	dmarti@uvigo.es			
Web	http://comunisfera.blogspot.com.es/p/curso-de-imagen.html			
Descripción	Introducción a la gestión de imagen de proyectos y de la reputación profesional en redes sociales general			

Competencias

Código	
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
B6	Capacidad para definir proyectos personales de creación innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de los lenguajes audiovisuales o a su interpretación.
C5	Conocimiento del uso de las técnicas y las tecnologías audiovisuales en función de sus capacidades expresivas asociadas a los diferentes contextos industriales.
C13	Conocimientos básicos para situar la actividad audiovisual en un contexto de competencia local, nacional e internacional.
C23	Capacidad para la identificación de los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas audiovisuales en su estructura industrial: análisis de mercado, producción, distribución y exhibición, así como el fomento de la actividad emprendedora y del concepto de empresa como unidad básica de producción audiovisual.
C26	Capacidad para buscar, seleccionar y sistematizar cualquier tipo de documento audiovisual en una base de datos, así como su utilización en diferentes soportes audiovisuales utilizando métodos digitales.
D1	Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Saber encontrar y calificar información audiovisual y opiniones en internet. Disponer de antologías y una red de relatos y perfiles profesionales por su innovación y comunidades de interés. Publicar contenidos cualificados de forma adecuada a cada canal digital	A3 A4	B6	C13 C26	D1
Diseñar y publicar una marca profesional digital, gestionar su branding en las plataformas más adecuadas para mantener su visibilidad así como su cooperación en proyectos, comunicando también desde redes sociales,	A4	B6	C26	D1
Conocer estrategias de comunicación para grupos y organizaciones, capacitando para tomar decisiones casos y crisis de comunicación audiovisual (viral, etc.) en relación a marcas, organizaciones (multiplataform, crossmedia, transmedia)	A3		C5 C23	

Contenidos

Tema

Diseño y comunicación de una marca profesional	Selección y edición de contenidos curados en un portafolio profesional comunicado en redes sociales
Comunicación y cooperación en redes sociales con eventos y comunidades profesionales	Informe de imágenes profesionales, auditoría de reputación en colectivo profesional y plan de comunicación y cooperación personal en proyectos locales, especializados, etc.
Estrategia y dirección de marca profesional	Evaluación y dirección de casos y comunicación de crisis en redes sociales

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Tutoría en grupo	14	28	42
Estudio de casos/análisis de situaciones	7	14	21
Portafolio/dossier	7	14	21
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	14	28	42
Estudio de casos/análisis de situaciones	8	16	24

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

Metodologías

	Descripción
Tutoría en grupo	ejercicio cooperativo de comunicación grupal a través de redes sociales en proyectos en marcha
Estudio de casos/análisis de situaciones	análisis y solución de problemas y casos de gestión de imagen local

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Atención presencial en prácticas y talleres TIC, foros en redes sociales y comentarios en blog. Limitar el uso telefónico y el correo personal en favor de respuestas colectivas que puedan servir a otro/as. Livestreaming desde twitter y grupos en otras redes sociales
Tutoría en grupo	Atención presencial en prácticas y talleres TIC, foros en redes sociales y comentarios en blog. Limitar el uso telefónico y el correo personal en favor de respuestas colectivas que puedan servir a otro/as. Livestreaming desde twitter y grupos en otras redes sociales

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Portafolio/dossier	autoevaluación del perfil profesional presentado, del aprendizaje durante el curso y propuestas para desarrollo de la imagen profesional personal	40	
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	reputación de contenidos y conversaciones mantenidas en redes sociales profesionales	30	
Estudio de casos/análisis de situaciones	resolución de problemas de comunicación y casos prácticos, ejercitados en un control y como prueba final de la capacitación alcanzada en el curso	30	

Otros comentarios sobre la Evaluación

- La presentación de un portafolio definido profesionalmente en una red social o blog, y
- un balance y documentación de la participación grupal en un foro, evento o causa en redes sociales

son obligatorios para presentarse a una evaluación final de la competencia en comunicación en redes sociales en la fecha indicada para la materia en el calendario de exámenes.

La prueba final de respuesta larga incluye la decisión de acciones comunicativas en casos de imagen y/o reputación profesional.

Fuentes de información

Rheingold, Howard, **Net Smart: How to Thrive Online**, 2012,
Godin, Seth, **Tribus : necesitamos que TÚ nos lideres**, 2009,
Dolors Reig, **Socionomía**, 2012,

Cambronero, Antonio, **Manual imprescindible de Twitter**, 2012,

Clazie,Ian, **Cómo crear un portfolio digital**, 2011,

Blog del curso <http://comunisfera.blogspot.com.es/p/curso-de-imagen.html>

Ejemplos de porfolios y de propuestas para acciones de comunicación de marca personal o corporativa
<http://pinterest.com/comunisfera/boards/>

Antología de citas de especialistas y profesores de comunicación en <http://comunisfera.tumblr.com/>

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Trabajo de Fin de Grado/P04G070V01991

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Comunicación: Comunicación escrita/P04G070V01101

Teoría y técnica de la fotografía/P04G070V01106

Empresa: Marketing de productos audiovisuales y multimedia/P04G070V01401

Gestión de proyectos audiovisuales e interactivos/P04G070V01405

Estrategias publicitarias y de relaciones públicas para productos audiovisuales/P04G070V01501

Guión y diseño multimedia/P04G070V01901

Proyectos interactivos en nuevos medios: web/P04G070V01903

Teoría y técnica del documental/P04G070V01904

Producción y realización en nuevos formatos/P04G070V01909

Proyectos interactivos en nuevos medios: telefonía móvil y TDT/P04G070V01907

Videojuegos: Diseño y desarrollo/P04G070V01908

Otros comentarios
