



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Producción y realización de contenidos de marca

Asignatura	Producción y realización de contenidos de marca			
Código	P04G071V01410			
Titulación	Grado en Comunicación Audiovisual			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	#EnglishFriendly Castellano Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Máiz Bar, Carmen			
Profesorado	Máiz Bar, Carmen			
Correo-e	maizbar@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Partiendo de los conceptos "branding", "branded content" y "marketing de contenidos", esta materia optativa tiene por objetivo guiar al alumnado en la creación de contenidos, siguiendo estrategias de marca definidas y adaptados a las actuales tendencias de consumo.			
	-- Materia del programa English Friendly. Los/ las estudiantes internacionales podrán solicitar al profesorado: a) materiales y referencias bibliográficas para el seguimiento de la materia en inglés, b) atender las tutorías en inglés, c) pruebas y evaluaciones en inglés.			

## Resultados de Formación y Aprendizaje

Código				
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado			
B6	Trabajar en equipo y comunicar las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio.			
B8	Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de producción audiovisual			
C23	Analizar e implementar estrategias de marketing para el desarrollo, distribución y consumo de productos audiovisuales y multimedia orientados al mercado.			
D4	Adaptarse a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales			

## Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Poder desarrollar contenidos de marca.	A4	B6 B8	C23	D4

## Contenidos

Tema				
1. Branding	- Orígenes - Técnicas - Tendencias actuales			
2. Comunicación de marca	- Imagen, identidad y reputación - Herramientas de comunicación - Plan de comunicación			
3. Branded content y marketing de contenidos	- Branded content - Marketing de contenidos - Storytelling y storydoing			

4. Contenidos	- Clasificación - Usos - Audiovisuales, conversacionales, ocio, editoriales
5. Planificación de contenidos	- Investigación - Objetivos - Públicos - Estrategias - Acciones - Cronograma
6. Estudio de casos	- Análisis y desarrollo de contenidos de marca

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos	30	30	60
Trabajo tutelado	15	50	65
Seminario	25	0	25

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

### Metodologías

	Descripción
Estudio de casos	Estudio y análisis de contenidos de marca.
Trabajo tutelado	Diseño y desarrollo de contenidos de marca.
Seminario	Explicaciones teóricas y ejercicios prácticos sobre contenidos de marca.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos	El equipo docente guiará al alumnado en la realización y desarrollo de los trabajos. La información sobre las pruebas de evaluación, su formato, extensión, fechas y canales de entrega será detallada en las clases y a través de la plataforma Moovi. Es responsabilidad del alumnado estar atento a la información que sea precisa para superar la materia.
Trabajo tutelado	El equipo docente guiará al alumnado en la realización y desarrollo de los trabajos. La información sobre las pruebas de evaluación, su formato, extensión, fechas y canales de entrega será detallada en las clases y a través de la plataforma Moovi. Es responsabilidad del alumnado estar atento a la información que sea precisa para superar la materia.
Seminario	El equipo docente guiará al alumnado en la realización y desarrollo de los trabajos. La información sobre las pruebas de evaluación, su formato, extensión, fechas y canales de entrega será detallada en las clases y a través de la plataforma Moovi. Es responsabilidad del alumnado estar atento a la información que sea precisa para superar la materia.

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Estudio de casos	Estudio y análisis de contenidos de marca.	35	A4	B6 B8	C23	D4
Trabajo tutelado	Diseño y desarrollo de contenidos de marca.	35	A4	B6 B8	C23	D4
Seminario	Explicaciones teóricas y ejercicios prácticos sobre contenidos de marca.	30	A4	B6 B8	C23	D4

### Otros comentarios sobre la Evaluación

**1. Para la superación de la materia con el sistema de evaluación continua arriba descrito,** será necesaria la entrega, presentación y exposición de todos los trabajos y ejercicios, obteniendo una calificación mínima de aprobado (5) en cada uno de ellos, y siguiendo los temas, plazos y condiciones establecidas por el equipo docente. Además, será obligatoria la asistencia a las clases (solo se permitirán un máximo de 2 faltas sin justificar en todo el cuatrimestre).

**2. En caso de que el alumnado quiera optar a la evaluación global deberá presentar su renuncia a la evaluación continua** dentro del plazo y siguiendo el procedimiento establecido por el centro.

#### 3. Descripción de la evaluación global:

En la fecha oficial establecida por el centro para el examen final, el alumnado deberá:

- Realizar un examen teórico, definido por el equipo docente (60% de la nota)
- Resolver un supuesto práctico, definido por el equipo docente (20% de la nota)
- Entregar un trabajo consistente en el análisis de una campaña de contenidos, definida por el equipo docente (10% de la nota)
- Entregar un trabajo consistente en el diseño y desarrollo de una campaña de contenidos, definida por el equipo docente (10% de la nota)

Obteniendo la calificación mínima de aprobado (5) en todos y cada uno de ellos.

**4. El proceso de evaluación en segunda oportunidad** será igual al establecido para la evaluación global.

**5. La información sobre las pruebas de evaluación**, su formato, extensión, fechas y canales de entrega será detallada en las clases y a través de la plataforma Moovi. Es responsabilidad del alumnado estar atento a la información que sea precisa para superar la materia.

---

#### **Fuentes de información**

##### **Bibliografía Básica**

##### **Bibliografía Complementaria**

IAB, **Libro Blanco de Branded Content**, <https://iabspain.es/estudio/libro-blanco-branded-content-2022/>, 2022

Olivares-Santamarina, J.; Gago, R., **El Branded Content en la comunicación posdigital: estructuras, aplicaciones y casos de éxito**, 9788418534041, Tirant Lo Blanch, 2021

Eva Sanagustín, **Marketing de contenidos: Estrategias para atraer clientes a tu empresa**, 840918432X, 2, Anaya, 2020

---

#### **Recomendaciones**