



DATOS IDENTIFICATIVOS

Fotografía para web y redes sociales

Asignatura	Fotografía para web y redes sociales			
Código	P04M176V01109			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociales y Creación de Contenidos Digitales			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	#EnglishFriendly Castellano Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad Dpto. Externo			
Coordinador/a	Fraga Pérez, Andrés			
Profesorado	Fraga Pérez, Andrés Pato Roca, Alba			
Correo-e	andres.fraga.perez@uvigo.gal			
Web				
Descripción general	La asignatura se centra en la producción y gestión de recursos fotográficos para medios digitales y redes sociales con especial atención al aprovechamiento y a la optimización de imágenes en función de su uso.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones [] y los conocimientos y razones últimas que las sustentan[] a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
C14	Conocimiento de los elementos técnicos, legales, narrativos y artísticos para la creación y publicación de fotografías, gráficos, vídeo, audio y animación en internet y redes sociales.
C15	Conocimiento sobre las herramientas y dispositivos de fotografía, grabación de vídeo y audio, edición y distribución, optimizadas para internet y redes sociales.
C16	Capacidad para registrar, editar y distribuir fotografía, vídeo y audio de acuerdo con estándares optimizados para internet y las distintas redes sociales.
D1	Capacidad para comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.
D4	Habilidad para la gestión de la marca personal y la propia reputación digital.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Realizar fotografías para blogs, webs y redes sociales dentro de la estrategia de comunicación digital de una organización.	C14 D1
Usar herramientas y dispositivos para la captura de imágenes y la edición.	C15 C16
Identificar los límites legales y éticos en la toma y publicación de fotografías.	C14 D1 D4
Identificar el tono adecuado de la comunicación gráfica en redes sociales según cliente y público.	A4 D4

Contenidos	
Tema	
Introducción al lenguaje visual	La imagen en el entorno digital. Descripción del lenguaje visual. Proceso de construcción de la imagen. Herramientas del lenguaje visual. Libro de estilo.
Diseño	Análisis de contenido. Web: arquitectura, temáticas y frecuencias. Redes, importancia de los formatos . Newsletters. Planificación.
Producción y sesión	Fuentes de producción de fotografías. Fotógrafo propio, externo, stock, colaboradores y usuarios. Diseño de una sesión en base a tipología del trabajo, nº de fotos, equipo técnico, equipo humano y necesidades de producción.
Gestión	Definición de Imagen digital. Dimensión, profundidad, espacio de color, formato y peso. Documentación y archivo de las imágenes, EXIF y FTP. Herramientas de trabajo. Flujo de trabajo. Diferenciar entre post-producción y retoque. Seguridad y Backup.
Casos prácticos	Gestión de las imágenes en diferentes clientes en el entorno de la agencia.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminario	12	19	31
Resolución de problemas	0	4	4
Trabajo tutelado	6	34	40

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

Metodologías	
	Descripción
Seminario	En las sesiones de seminario se abordarán y se discutirán los conceptos en los que se fundamenta el trabajo tutelado de la materia y se expondrán los avances en el trabajo tutelado.
Resolución de problemas	Diseño de una estrategia fotográfica para su uso en redes sociales y webs del proyecto propio. El alumnado tendrá que diseñar un proyecto de contenido principalmente fotográfico: escoger una línea estética y argumental, definir las tipologías de trabajo y una *planificación.
Trabajo tutelado	Creación de un perfil de Instagram siguiendo los parámetros definidos en la estrategia previamente realizada.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajo tutelado	El docente atenderá las consultas del alumnado en las sesiones presenciales dedicadas al seguimiento de los proyectos.
Seminario	El docente fomentará la participación del alumnado en las sesiones de seminario.

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Seminario	Asistencia y participación activa en las sesiones presenciales de seminario y defensa de las presentaciones que se hagan el largo del curso con la evolución del trabajo tutelado.	30	A4	D1 D4
Resolución de problemas	Diseño de una estrategia fotográfica para su uso en redes sociales y webs del proyecto propio. El alumnado tendrá que diseñar un proyecto de contenido principalmente fotográfico: escoger una línea estética y argumental, definir las tipologías de trabajo y una planificación.	30		C14 C15 C16
Trabajo tutelado	Creación de un perfil de Instagram siguiendo los parámetros definidos en la estrategia previamente realizada.	40		C14 C15 C16

Otros comentarios sobre la Evaluación

Evaluación continua

El alumnado deben superar cada uno de los items de evaluación propuestos, con al menos el 50% de la nota posible, para poder superar la materia. De no ser el caso, conllevará el suspenso en la materia. En la segunda oportunidad se tendrá en

cuenta el mismo sistema de evaluación y criterios establecidos para la primera oportunidad.

Evaluación global

La evaluación se realiza sobre una serie de pruebas que engloban tanto la parte teórica como la práctica. La ponderación de estas pruebas se distribuye de la siguiente manera:

- 50%: Examen teórico

- 50%: Diseño de una estrategia fotográfica para su uso en redes sociales y webs del proyecto propio. Creación de un perfil de Instagram siguiendo los parámetros definidos en la estrategia previamente realizada.

Los trabajos se entregarán a través de la plataforma Moovi

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Salked, Richard, **Cómo leer una fotografía**, Gustavo Gili, 2011

Sarvas, Risto y Frohlich, David M., **From Snapshots to Social Media - The Changing Picture of Domestic Photography**, Springer, 2011

Galen, Anneloes, **Never Photograph People Eating**, BIS Publishers, 2013

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones