



DATOS IDENTIFICATIVOS

Novas Formas Publicitarias

Materia	Novas Formas Publicitarias			
Código	P04M051V01105			
Titulación	Máster Universitario en Investigación en Comunicación			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Dominguez Quintas, Susana Elisa			
Profesorado	Dominguez Quintas, Susana Elisa Méndiz Noguero, Alfonso			
Correo-e	squintas@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación

Código	
A1	(*)Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa
A2	(*)Capacidad de definir temas de investigación con los que contribuyan al conocimiento, avance y debate de la información y la comunicación y que merezcan la publicación referenciada a nivel nacional o internacional
A3	(*)Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación.
A4	(*)Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera
A5	(*)Habilidad de exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, conforme a los cánones de las disciplinas de la información y la comunicación.
A6	(*)Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación.
A7	(*)Conocimiento de la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación.
A8	(*)Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas.
A9	(*)Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación
B17	(*)Conocer antecedentes históricos y características político-económicas del sistema de medios en el entorno regional-nacional
B18	(*)Conocer características diferenciales entre diversos tipos de medios de comunicación por su sistema de gestión y su modelo de financiación
B19	(*)Ser capaz de determinar las características de recepción, de consumo y de comunicación en distintos tipos o niveles de usuarios y de destinatarios de informaciones
B20	(*)Conocer políticas de comunicación de grupos mediáticos para el análisis de un periodo informativo de uno o varios medios
B21	(*)Ser capaz de identificar criterios de estilo editorial y de aplicar técnicas de framing
B22	(*)Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual
B23	(*)Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoporte

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe

(*)Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa	saber	A1
(*)Capacidad de definir temas de investigación con los que contribuyan al conocimiento, avance y debate de la información y la comunicación y que merezcan la publicación referenciada a nivel nacional o internacional	saber saber hacer	A2
(*)Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que seansignificativas para el estudio de la información y la comunicación	saber hacer	A3
(*)Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera	saber hacer	A4
(*)Habilidad de exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, conforme a los cánones de las disciplinas de la información y la comunicación.	saber saber hacer	A5
(*)Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación	saber hacer	A6
(*)Conocimiento de la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación.	saber	A7
(*)Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas.	saber saber hacer	A8
(*)Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación	saber saber hacer	A9
(*)Conocer antecedentes históricos y características político-económicas del sistema de medios en el entorno regional-nacional	saber	B17
(*)Conocer características diferenciales entre diversos tipos de medios de comunicación por su sistema de gestión y su modelo de financiación	saber	B18
(*)Ser capaz de determinar las características de recepción, de consumo y de comunicación en distintos tipos o niveles de usuarios y de destinatarios de informaciones	saber hacer	B19
(*)Conocer políticas de comunicación de grupos mediáticos para el análisis de un periodo informativo de uno o varios medios	saber	B20
(*)Ser capaz de identificar criterios de estilo editorial y de aplicar técnicas de framing	saber hacer	B21
(*)Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual	saber hacer	B22
(*)Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoporte	saber saber hacer	B23

Contidos

Tema	
Tema I.- O novo escenario da publicidade	Subtema 1.- A crise da publicidade convencional Subtema 2.- Características da "nova publicidade" Subtema 3.- Da campaña á Comunicación ntegral Subtema 4.- A mestura de xeneros: publicidade+entretenimento
Tema II.- Novas formas publicitarias en TV	Subtema 1.- A neotelevision Subtema 2.- Bartering, infomerciales, telepromociones Subtema 3.- Reformulacion do Patrocinio Subtema 4.- O auxe do Product placement
Tema III.- Publicidade na rede de redes	Subtema 1.- Internet como medio publicitario Subtema 2.- Do barnner aos novos formatos Subtema 3.- TV interactiva e Gireles Subtema 4.- Integracion medio-consumidor: e-commerce
Tema IV.- Unha publicidade que non parece publicidade	Subtema 1.- Novo receptor: activo, interesado e ludico Subtema 2.- Novo comunicador: escoitar, reflexionar, dialogar. Subtema 3.- Cara á Integracion: Entertainment Marketing

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	10	15	25
Traballos e proxectos	0	50	50

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Exposición do profesor dos contidos da materia obxecto de estudo e das bases teóricas e directrices dun traballo de investigación que deberá desenvolver o estudante.

Atención personalizada

Probas	Descrición
--------	------------

Avaliación

Descrición	Cualificación
Traballos e proxectosO estudante presentará o resultado obtido na elaboración dun traballo de investigación sobre a temática da materia.	100

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

A bibliografía do curso especificarase nas sesións presenciais.

Recomendacións
