



DATOS IDENTIFICATIVOS

Comunicación comercial multimedia

Materia	Comunicación comercial multimedia			
Código	004G390V01805			
Titulación	Grao en Consultoría e Xestión da Información			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Díaz-Becerra Martínez, Ana María			
Profesorado	Díaz-Becerra Martínez, Ana María			
Correo-e	anadiazbm@gmail.com			
Web				
Descrición xeral	(*)Internet ofrece un gran abanico de posibilidades en su utilización como medio o soporte para las comunicaciones de marketing. El proceso de comunicación en internet así como las características de las comunicaciones tales como telepresencia, hipertexto, multimedia, navegación en red e interactividad, repercuten en las herramientas tradicionales de comunicación (Publidad, Relaciones Públicas, Patrocinio, Mk directo e interactivo, Fuerza de Ventas, Promociones de Ventas, etc) siendo ahora en línea. Las nuevas tecnologías de la comunicación y la información generan nuevos sistemas de comunicación tales como las redes sociales virtuales y los blogs, además del mobile marketing, la televisión interactiva y los videojuegos que tendrán una gran repercusión en las estrategias publicitarias con el desarrollo de nuevos formatos.			

Competencias de titulación

Código	
A3	1.2 Os conceptos, principios e técnicas de xestión que existen nos aspectos claves da planificación, a xestión e o liderado e a súa aplicación nas empresas. (QAA).
A5	1.4 O marco legal e regulamentario dentro do cal os profesionais da información operan, incluíndoas leis relacionadas coa liberdade de información, protección de datos, difamación, copyright, patentes e outras propiedades intelectuais. (QAA)
A9	1.8 O crecemento e a importancia da economía dixital, así como as súas implicacións socioeconómicas nas tecnoloxías da información, o comercio electrónico e o comportamento do consumidor.
A10	2. Aplicar os coñecementos adquiridos a futuras situacións profesionais e desenvolver competencias relacionadas coa elaboración e defensa de argumentos e resolución de problemas dentro da súa área de estudo.
A12	2.2 Analizar, identificar, dar apoio e resolver problemas en materia organizativa y de xestión empresarial, especialmente nas situacións complexas relativas ás organizacións empresariais.
A13	2.3 Propoñer, analizar, validar e manter solucións informáticas no contexto dunha organización empresarial.
A15	2.5 Habilidade para utilizar un amplo rango de sistemas, fontes de información y ferramentas de comunicación ou de colaboración electrónicas. (QAA)
A16	2.6 Integrar coñecementos e habilidades para elaborar un traballo académico ou profesional no ámbito dos sistemas de información da empresa, promovendo o traballo en ámbitos próximos á realidade.
A19	3.2 Competencias cognitivas de pensamento crítico, análise e síntese, incluíndo a habilidade para relacionar e ordenar datos, ideas e teorías nun argumento ben estruturado especialmente nos aspectos organizativos e concernentes á xestión da información e as súas tecnoloxías, coa finalidade de xogar un papel relevante na mellora da calidade da organización. (QAA)
A20	4 Poder transmitir ideas, información, problemas e situacións ao público tanto especializado como non especializado.

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
---------------------------------	---------------------------------------

(*)	A9
(*)2. Diseñar y comprender un Plan de Comunicación de grandes empresas	A3
(*)3. Saber qué es un Community Manager, cuáles son sus principales tareas; actitudes y aptitudes.	A3
(*)	A10
(*)	A12
(*)	A20
(*)	A13
(*)8. Evaluar los beneficios que aporta una cuenta de twitter para una campaña de marketing.	A19
(*)	A16
(*)	A15
(*)	A5

Contidos

Tema

(*)1. El futuro eminentemente social	(*)1.1. Web 3.0. 1.2. Establecimiento del Social Commerce 1.3. Avances en Geomarketing.
(*)2. El Social Media Plan	(*)2.1. Definición. 2.2. Elaboración del Social Media Plan (SMP).
(*)3. La profesión de Community Manager	(*)3.1. Perfil profesional. 3.2. Funciones. 3.3. Aptitudes y actitudes. 3.4. Responsabilidad del Community Manager.
(*)4. Comunidad, conversación, contenido y publicidad	(*)4.1. Conceptos para desarrollar una comunidad. 4.2. Publicidad y contenido. 4.3. Contenido y conversación. 4.4. La importancia del marketing de contenidos.
(*)5. Plataformas: el Blog	(*)5.1. El blog como estrategia para alcanzar los objetivos. 5.2. Principales beneficios de un blog. 5.3. El blog "profesional".
(*)6. Plataformas: Facebook	(*)6.1. El "fenómeno social" y sus beneficios. 6.2. Facebook y marketing. 6.3. Tipos de cuentas. 6.4. Perfil profesional o perfil de Community Manager. 6.5. La página Fans como estrategia.
(*)7. Plataformas: twitter	(*)7.1. Twitter y la comunicación bidireccional. 7.2. Beneficios que aporta a una campaña. 7.3. Definir la estrategia. 7.4. Configurar y personalizar el perfil. 7.5. Campañas directas y su estrategia.
(*)8. Otras plataformas sociales	(*)8.1. Google+ 8.2. Flickr. 8.3. You Tube. 8.4. LinkedIn. 8.5. Foursquare. 8.6. Quora. 8.7. Pinterest.
(*)9. Control y evaluación de resultados	(*)9.1. Posicionamiento natural, SEO. 9.2. Posicionamiento social, SMO. 9.3. Analítica Web. 9.4. Medir resultados cuantitativos y cualitativos. 9.5. El ROI.
(*)10. Monitorización y analítica	(*)10.1. El proceso de monitorización. 10.2. Herramientas profesionales de monitorización.
(*)11. Contenido adecuado y legal	(*)11.1. Propiedad intelectual. 11.2. El fenómeno de la documentación libre. 11.3. Social Media y legalidad. 11.4. Copyleft Vs Copyright. 11.5 Creative Commons. 11.6. Decálogo de buenas maneras del Community Manager.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	23	0	23
Resolución de problemas e/ou exercicios	22	0	22

Traballos e proxectos	0	33	33
Probas de resposta curta	2	42	44
Estudo de casos/análise de situacións	0	28	28

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Exposición oral e detalada do contido do programa docente por parte do profesor.
Resolución de problemas e/ou exercicios	(*) Resolución por parte de los estudiantes de los problemas y/o ejercicios planteados por el profesor.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios	
Probas	Descrición
Traballos e proxectos	
Estudo de casos/análise de situacións	

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Sesión maxistral	(*)Asistencia a clase	10
Traballos e proxectos	(*)Trabajos individuales presentados por el estudiante	15
Probas de resposta curta	(*)Pruebas presenciales, con preguntas de respuesta corta	60
Estudo de casos/análise de situacións	(*)Resolución de casos por parte del estudiante	15

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións