



DATOS IDENTIFICATIVOS

Novas Tecnoloxías Aplicadas á Xestión da Comunicación nas Organizacións

Materia	Novas Tecnoloxías Aplicadas á Xestión da Comunicación nas Organizacións			
Código	V01M094V01205			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición				
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Valderrama Santomé, Mónica			
Profesorado	Valderrama Santomé, Mónica			
Correo-e	santome@uvigo.es			
Web	http://www.webs.uvigo.es/santome			
Descrición xeral	(*)La necesidad de la empresas públicas y privadas de diferenciar su producto, servicio o idea en un maremagno de marcas conllevará el uso de todas las herramientas disponibles para lograr el objetivo de entrar en la short list del consumidor (externo), así como demostrar en su propio seno cuál es la filosofía y virtudes para sus propios miembros a través de las TIC.			

Competencias de titulación

Código	
A1	Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
A2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A7	Planificar, estructurar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos.
A8	Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.
A11	Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
A12	Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B3	Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.
B5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
B6	Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
B8	Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.
B10	Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados.
B11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
(*)	A1 A7	B1 B5 B10
(*)Afianzar as habilidades de comunicación tendo en conta os *facilitadores e barreiras e os distintos estilos persoais de comunicación	A2 A11	B3 B8
(*)Crear e desenvolver ideas de proxectos *comunicativos coas ferramentas en liña dispoñibles.	A8 A11	
(*)Concibir, producir e deseñar mensaxes *comunicativos adecuados ao público obxectivo ao que se dirixen.		B5
(*)*Coordinar equipos e *liderar a creación de campañas *comunicativas coas novas tecnoloxías.	A12	B6 B11

Contidos

Tema	
(*)	(*)
(*)	(*)
(*)3. *Web 2.0. Novas oportunidades para as organizacións de xestión de recursos desde calquera dispositivo con acceso a *Internet.O usuario é un protagonista activo que crea e comparte documentos de toda índole a unha rede dinámica e *participativa como é a *web 2.0. Existe a oportunidade de publicar e deixar que os [outros] aporten os seus comentarios máis aló dun *buzón de suxestións tradicional ou un e-mail de contacto. Todos somos potenciais [xornalistas] ou emisores ante un vehículo *comunicacional *gratuíto e *accesible. *Democratización dos medios informativos? Novas posibilidades de publicitarse? *Ilimitadas redes de encontro?	(*)3.1. Fundamentos da *web 2.0.3.2. Ferramentas (presentacións, *marcadores sociais, *sindicación de contidos, compartir/recuperar imaxes, vídeos)3.3. Os *blogs3.4. Creación dos *blogs como fiestra de contidos de empresa3.5. Os *wikis3.6. As redes sociais
(*)4. Comunicación alternativa e novos *formatos *comunicativos publicitarios.	(*)4.1. Novos *formatos publicitarios para novos públicos. 4.2. *Aproximación ao concepto de *marketing *viral.4.3. Exemplos internacionais e nacionais pezas *audiovisuales.4.4. Conclusións

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	5	5	10
Titoría en grupo	5	10	15
Prácticas en aulas de informática	10	10	20
Prácticas autónomas a través de TIC	0	25	25
Traballos e proxectos	0	5	5

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Explicación de contidos teórico-prácticos na aula de informática.
Titoría en grupo	Clases de presentación do curso, de traballos e actividades. Así como exposicións e defensa de prácticas.
Prácticas en aulas de informática	Traballos dirixidos na aula empregando as ferramentas web aplicando as explicacións teóricas a ideas, empresas ou produtos concretos.
Prácticas autónomas a través de TIC	Realización de proxecto autónomo por parte do alumno.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Prácticas autónomas a través de TIC	Supervisión personalizada das prácticas propostas durante a materia.

Avaliación

	Descrición	Cualificación
--	------------	---------------

Titoría en grupo	- Propostas de proxectos. - Exposicións de traballos. - Análise de exemplos reais.	40
Prácticas autónomas a través de TIC	Elaboración de proxecto de comunicación publicitaria con ferramentas web 2.0.	60

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

MÓNICA VALDERRAMA, **BLOG DE LA MATERIA**,
Sánchez, J. y Pintado, T., **Nuevas tendencias en comunicación**, ESIC EDITORIAL,

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Prácticas en Empresas/V01M094V01206

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Comunicación Persuasiva/V01M094V01202

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Facilitadores e Barreiras na Comunicación/V01M094V01110

Presentacións Eficaces/V01M094V01112