



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Redes audiovisuais en internet

Materia	Redes audiovisuais en internet			
Código	P04G070V01910			
Titulación	Grao en Comunicación Audiovisual			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego Inglés			
Departamento	Psicoloxía evolutiva e comunicación			
Coordinador/a	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Profesorado	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Correo-e	dmarti@uvigo.es			
Web	<a href="http://comunisfera.blogspot.com.es/p/curso-de-imagen.html">http://comunisfera.blogspot.com.es/p/curso-de-imagen.html</a>			
Descrición	Introdución á xestión da imaxe de proxectos audiovisuais e da reputación profesional nas redes sociais xeral			

## Competencias

Código				
A3	Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.			
A4	Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solución a un público tanto especializado coma non especializado.			
B6	Capacidade para definir proxectos persoais de creación innovadora que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes audiovisuais ou á súa interpretación			
C5	Coñecemento do uso das técnicas e as tecnoloxías audiovisuais en función das súas capacidades expresivas asociadas ós diferentes contextos industriais			
C13	Coñecementos básicos para situar a actividade audiovisual nun contexto de competencia local, nacional e internacional.			
C23	Capacidade para a identificación dos procesos e técnicas implicadas na dirección e xestión de empresas audiovisuais na súa estrutura industrial: análise de mercado, produción, distribución e exhibición, así como o fomento da actividade emprendedora e do concepto de empresa como unidade básica de produción audiovisual.			
C26	Capacidade para buscar, seleccionar e sistematizar calquera tipo de documento audiovisual nunha base de datos, así como a súa utilización en diferentes soportes audiovisuais utilizando métodos dixitais.			
D1	Capacidade de adaptación aos cambios tecnolóxicos, empresariais ou organigramas laborais			

## Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Saber atopar e cualificar información audiovisual e opinións en internet. Dispor de antoloxías e unha rede de relatos e perfís profesionais pola súa innovación e comunidades de interese. Publicar contidos cualificados de forma adecuada a cada canle dixital	A3 A4	B6	C13 C26	D1
Deseñar e publicar unha marca profesional dixital, xestionar a súa branding nas plataformas máis adecuadas para manter a súa visibilidade así como a súa cooperación en proxectos, comunicando tamén desde redes sociais,	A4	B6	C26	D1
Coñecer estratexias de comunicación para grupos e organizacións, capacitando para tomar decisións casos e crises de comunicación audiovisual (viral, etc.) en relación a marcas, organizacións (multiplataform, crossmedia, transmedia)	A3		C5 C23	

## Contidos

## Tema

Deseño e comunicación dunha marca profesional	Selección e edición de contidos curados nun cartafol profesional comunicado nas redes sociais
Comunicación e cooperación en redes sociais con eventos e comunidades profesionais	Informe de imaxes profesionais, auditoria de reputación en colectivo profesional e plan de comunicación e cooperación personal en proxectos locais, especializados, etc....
Estratexia e dirección de marca profesional	Avaliación e dirección de casos e comunicación de crise en redes sociais

## Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Titoría en grupo	14	28	42
Estudo de casos/análises de situacións	7	14	21
Cartafol/dossier	7	14	21
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	14	28	42
Estudo de casos/análise de situacións	8	16	24

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

## Metodoloxía docente

	Descrición
Titoría en grupo	exercicio cooperativo de comunicación grupal a través de redes sociais en proxectos en marcha
Estudo de casos/análises de situacións	análise e solución de problemas e casos de xestión de imaxe local

## Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	Atención presencial en prácticas e talleres TIC, foros en redes sociais e comentarios en blogue. Limitar o uso telefónico e o correo persoal en favor de respostas colectivas que poidan servir a outro/as. Livestreaming desde Twitter e grupos noutras redes sociais
Titoría en grupo	Atención presencial en prácticas e talleres TIC, foros en redes sociais e comentarios en blogue. Limitar o uso telefónico e o correo persoal en favor de respostas colectivas que poidan servir a outro/as. Livestreaming desde Twitter e grupos noutras redes sociais

## Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Cartafol/dossier	autoavaliación do perfil profesional presentado, da aprendizaxe durante o curso e propostas para desenvolvemento da imaxe profesional persoal	40	
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	reputación de contidos e conversacións mantidas en redes sociais profesionais	30	
Estudo de casos/análise de situacións	resolución de problemas de comunicación e casos prácticos, exercitados nun control e como proba final da capacitación alcanzada no curso	30	

## Outros comentarios sobre a Avaliación

- A presentación dun cartafol definido profesionalmente nunha rede social ou blogue, e
- un balance e documentación da participación grupal nun foro, evento ou causa en redes sociais

son obrigatorios para presentarse a unha avaliación final da competencia en comunicación corporativa na data indicada no calendario de exames.

A proba final de resposta longa inclúe a decisión de accións comunicativas en casos de imaxe e/ou reputación corporativa.

## Bibliografía. Fontes de información

Rheingold, Howard, **Net Smart: How to Thrive Online**, 2012,  
Godin, Seth, **Tribus : necesitamos que TÚ nos lideres**, 2009,  
Dolors Reig, **Socionomía**, 2012,

Cambronero, Antonio, **Manual imprescindible de Twitter**, 2012,

Clazie,Ian, **Cómo crear un portfolio digital**, 2011,

---

Blogue do curso [http://comunisfera.blogspot.com.es/p/curso-de-imaxe.\\*html](http://comunisfera.blogspot.com.es/p/curso-de-imaxe.*html)

Exemplos de cartafoles e de propostas para accións de comunicación de marca persoal ou corporativa  
<http://pinterest.com/comunisfera/boards/>

Antoloxía de citas de especialistas e profesores de comunicación en <http://comunisfera.tumblr.com/>.

---

## **Recomendacións**

---

### **Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

Traballo de Fin de Grao/P04G070V01991

---

### **Materias que se recomenda ter cursado previamente**

Comunicación: Comunicación escrita/P04G070V01101

Teoría e técnica da fotografía/P04G070V01106

Empresa: Mercadotecnia de produtos audiovisuais e multimedia/P04G070V01401

Xestión de proxectos audiovisuais e interactivos/P04G070V01405

Estratexias publicitarias e de relacións públicas para produtos audiovisuais/P04G070V01501

Guión e deseño multimedia/P04G070V01901

Proxectos interactivos en novos medios: web/P04G070V01903

Teoría e técnica do documental/P04G070V01904

Produción e realización en novos formatos/P04G070V01909

Proxectos interactivos en novos medios: telefonía móbil e TDT/P04G070V01907

Videoxogos: Deseño e desenvolvemento/P04G070V01908

---

### **Outros comentarios**

se completa en outros cursos con:

Técnicas de relacións públicas

Evaluación de la eficacia publicitaria

Dirección de comunicación

Campañas de imaxe y de relacións públicas

Comunicación de crisis

Relacións públicas y comunicación solidaria

Comunicación alternativa: medios virtuales y nuevos soportes publicitarios

y aporta a los cursos conclusivos

Trabaja fin de grado

Proyecto práctico profesional

Seminarios de experiencias profesionales

---