



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	Inglés			
Departamento	Psicoloxía evolutiva e comunicación			
Coordinador/a	Martí Pellón, Daniel			
Profesorado	Martí Pellón, Daniel			
Correo-e	dmarti@uvigo.es			
Web	http://comunisfera.blogspot.com.es/p/curso-de-imagen.html			
Descrición	Introdución á xestión da imaxe de proxectos audiovisuais e da reputación profesional nas redes sociais xeral			

Competencias

Código				
B3	Capacidade para aplicar técnicas e procedementos da composición da imaxe aos diferentes soportes audiovisuais, a partir do coñecemento das leis clásicas e dos movementos estéticos e culturais da historia da imaxe			
B4	Habilidade para expor os resultados dos traballos académicos de maneira escrita, oral ou por medios audiovisuais ou informáticos de acordo aos canons das disciplinas da comunicación.			
C22	Capacidade para xestionar con eficacia a comunicación nas redes sociais			
D2	Ser capaz de traballar en equipo e de comunicar as propias ideas mediante a creación dun ambiente propicio.			
D3	Ser capaz de asumir riscos expresivos e temáticos, aplicando solucións e puntos de vista persoais no desenvolvemento dos proxectos.			
D4	Ser capaz de organizar as tarefas, realizándoas de maneira ordenada e adoptando con lóxica as decisións prioritarias nos diferentes procesos de produción audiovisual.			

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
1 - 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	B3 B4	C22	D2 D3 D4
2 - Diseñar 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	B3 B4	C22	D2 D3 D4
3 - 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 (multiplataforma, cros-media, trans-media)	B3 B4	C22	D2 D3 D4

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
Estudos/actividades previas	12	0	12
Estudo de casos/análises de situacións	14	28	42
Cartafol/dossier	14	56	70
Cartafol/dossier	6	12	18
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	4	4	8

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

Metodoloxía docente	
	Descrición
Estudos/actividades previas	Documentación en rede e verificación da información de actualidade
Estudo de casos/análises de situacións	análise e solución de problemas e casos de xestión de imaxe local
Cartafol/dossier	

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	Monitorización e análise de referentes en usos dixitais en redes de interese profesional para o sector
Cartafol/dossier	

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	30	B3 B4	C22 D2 D3 D4
Cartafol/dossier	autoavaliación do perfil profesional presentado, da aprendizaxe durante o curso e propostas para desenvolvemento da imaxe profesional persoal	40	B3 B4	D3 D4
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	reputación de contidos e conversacións mantidas en redes sociais profesionais	30	B3 B4	C22 D2 D3 D4

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
Bibliografía Básica
Dolors Reig, Socionomía , Planeta, 2012
Bibliografía Complementaria
Rheingold, Howard, Net Smart: How to Thrive Online , MIT Press, 2012
Godin, Seth, Tribus : necesitamos que TÚ nos lideres , Deusto 2000, 2009
Cambroner, Antonio, Manual imprescindible de Twitter , Anaya Multimedia, 2012
Clazie, Ian, Cómo crear un portfolio digital , Gustavo Gili, 2011

Recomendacións

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

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 relaciones públicas

Evaluación de la eficacia publicitaria

Dirección de comunicación

Campañas de imagen y de relaciones públicas

Comunicación de crisis

Relaciones públicas y comunicación solidaria

Comunicación alternativa: medios virtuales y nuevos soportes publicitarios

y aporta a los cursos conclusivos

Trabajo fin de grado

Proyecto práctico profesional

Seminarios de experiencias profesionales
