



DATOS IDENTIFICATIVOS

Redes audiovisuais en internet

Materia	Redes audiovisuais en internet			
Código	P04G070V01910			
Titulación	Grao en Comunicación Audiovisual			
Descritores	Creditos ECTS 6	Sinale OP	Curso 4	Cuadrimestre 2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Psicoloxía evolutiva e comunicación			
Coordinador/a	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Profesorado	Martí Pellón, Daniel Francisco			
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		
Estratexia e dirección de marca profesional en polo menos unha rede social	Avaliación e dirección de casos e comunicación de crise en redes sociais		

Comunicación e cooperación en redes sociais con Informe de imaxes profesionais, auditoria de reputación en colectivo eventos e comunidades profesionais profesional e plan de comunicación e cooperación personal en proxectos locais, especializados, etc....

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Cartafol/dossier	14	56	70
Estudo previo	12	0	12
Estudo de casos	14	28	42
Estudo de casos	4	4	8
Cartafol/dossier	6	12	18

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Cartafol/dossier	Presentación en LinkedIn, en outra rede profesional ou en un blogue persoal a marca profesional ou o proxecto a desenvolver completado o grado
Estudo previo	Documentación en rede e verificación da información de actualidade
Estudo de casos	Análise e solución de problemas e casos de xestión de imaxe local

Atención personalizada

Metodoloxías Descrición

Estudo de casos	Monitorización e análise de referentes en usos dixitais en redes de interese profesional para o sector
Cartafol/dossier	Exposición da aprendizaxe alcadada en exercicios en redes sociais durante as prácticas do curso

Avaliación

Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Estudo de casosreputación de contidos e conversacións mantidas en redes sociais profesionais	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	70	B3 B4 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

Bibliografía Complementaria

Marta Peirano, **El enemigo conoce el sistema**, 9788417636395, debate, 2019

José Carlos Ruiz, **Filosofía ante el desánimo: pensamiento crítico para construir una personalidad sólida**, 978-84-233-5858-8, Ed Destino - Planeta, 2021

José Carlos Losada Díaz, **(NO)CRISIS La comunicación de crisis en un mundo conectado**, UOC, 2018

Pepe Cerezo, **Los medios líquidos La transformación de los modelos de negocio**, UOC, 2018

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

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Estratexias publicitarias e de relacións públicas para produtos audiovisuais/P04G070V01501

Proxectos interactivos en novos medios: web/P04G070V01903
Produción e realización en novos formatos/P04G070V01909
Proxectos interactivos en novos medios: telefonía móbil e TDT/P04G070V01907
Videoxogos: Deseño e desenvolvemento/P04G070V01908

Outros comentarios

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===

Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===

Non se contemplan modificacións nas metodoloxías docentes coa única salvedade de que os contidos teóricos poderán ser impartidos de xeito non presencial.

Os mecanismos non presenciais de atención ao alumnado (titorías) serán o despacho virtual do campus remoto no horario indicado e o correo electrónico.

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===

Non se contemplan modificacións nos sistemas de avaliación máis aló da posibilidade de que algunha das probas de avaliación teñan que realizarse de xeito non presencial.
