



DATOS IDENTIFICATIVOS

Producción e realización de contidos de marca

Materia	Producción e realización de contidos de marca			
Código	P04G071V01410			
Titulación	Grao en Comunicación Audiovisual			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	2c
Lingua de impartición	#EnglishFriendly Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Maíz Bar, Carmen			
Profesorado	Maíz Bar, Carmen			
Correo-e	maizbar@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Partindo dos conceptos "branding", "branded content" e "marketing de contidos", esta materia optativa ten por obxectivo guiar ao alumnado na creación de contidos, seguindo estratexias de marca definidas e adaptados ás actuais tendencias de consumo.			
	--			
	Materia do programa English Friendly. Os/ as estudantes internacionais poderán solicitar ao profesorado: a) materiais e referencias bibliográficas para o seguimento da materia en inglés, b) atender as titorías en inglés, c) probas e avaliacións en inglés.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
A4	Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado como non especializado
B6	Traballar en equipo e comunicar as propias ideas mediante a creación dun ambiente propicio.
B8	Orde e método: habilidade para a organización e temporalización das tarefas, realizándoas de maneira ordenada adoptando con lóxica as decisións prioritarias nos diferentes procesos de produción audiovisual
C23	Analizar e implementar estratexias de márketing para o desenvolvemento, distribución e consumo de produtos audiovisuais e multimedia orientados ao mercado.
D4	Adaptarse aos cambios tecnolóxicos, empresariais ou organigramas laborais

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Poder desenvolver contidos de marca.	A4	B6 B8	C23	D4

Contidos

Tema	
1. Branding	- Orixes - Técnicas - Tendencias actuais
2. Comunicación de marca	- Imaxe, identidade e reputación - Ferramentas de comunicación - Plan de comunicación
3. Branded content e marketing de contenidos	- Branded content - Marketing de contidos - Storytelling e storydoing

4. Contidos	- Clasificación - Usos - Audiovisuais, conversacionais, ocio, editoriais
5. Planificación de contidos	- Investigación - Obxectivos - Públicos - Estratexias - Accións - Cronograma
6. Estudo de casos	- Análise e desenvolvemento de contidos de marca

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos	30	30	60
Traballo tutelado	15	50	65
Seminario	25	0	25

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Estudo de casos	Estudo e análise de contidos de marca.
Traballo tutelado	Deseño e desenvolvemento de contidos de marca.
Seminario	Explicacións teóricas e exercicios prácticos sobre contidos de marca.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	O equipo docente guiará ao alumnado na realización e desenvolvemento dos traballos. A información sobre as probas de avaliación, o seu formato, extensión, datas e canles de entrega será detallada nas clases e a través da plataforma Moovi. É responsabilidade do alumnado estar atento á información que sexa precisa para superar a materia.
Traballo tutelado	O equipo docente guiará ao alumnado na realización e desenvolvemento dos traballos. A información sobre as probas de avaliación, o seu formato, extensión, datas e canles de entrega será detallada nas clases e a través da plataforma Moovi. É responsabilidade do alumnado estar atento á información que sexa precisa para superar a materia.
Seminario	O equipo docente guiará ao alumnado na realización e desenvolvemento dos traballos. A información sobre as probas de avaliación, o seu formato, extensión, datas e canles de entrega será detallada nas clases e a través da plataforma Moovi. É responsabilidade do alumnado estar atento á información que sexa precisa para superar a materia.

Avaliación

	Descrición	Cualificación		Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Estudo de casos	Estudo e análise de contidos de marca.	35	A4	B6 B8	C23	D4
Traballo tutelado	Deseño e desenvolvemento de contidos de marca.	35	A4	B6 B8	C23	D4
Seminario	Explicacións teóricas e exercicios prácticos sobre contidos de marca.	30	A4	B6 B8	C23	D4

Outros comentarios sobre a Avaliación

1. Para a superación da materia co sistema de avaliación continua arriba descrito, será necesaria a entrega, presentación e exposición de todos os traballos e exercicios, obtendo unha cualificación mínima de aprobado (5) en cada un deles, e seguindo os temas, prazos e condicións establecidas polo equipo docente. Ademais, será obrigatoria a asistencia ás clases (só se permitirán un máximo de 2 faltas sen xustificar en todo o cuadrimestre).

2. No caso de que o alumnado queira optar á avaliación global deberá presentar a súa renuncia á avaliación continua dentro do prazo e seguindo o procedemento establecido polo centro.

3. Descrición da avaliación global:

Na data oficial establecida polo centro para o exame final, o alumnado deberá:

- Realizar un exame teórico, definido polo equipo docente (60% da nota)
- Resolver un suposto práctico, definido polo equipo docente (20% da nota)
- Entregar un traballo consistente na análise dunha campaña de contidos, definida polo equipo docente (10% da nota)
- Entregar un traballo consistente no deseño e desenvolvemento dunha campaña de contidos, definida polo equipo docente (10% da nota)

Obtendo a cualificación de aprobado (5) en todos e cada un deles.

4. O proceso de avaliación en segunda oportunidade será igual ao establecido para a avaliación global.

5. A información sobre as probas de avaliación, o seu formato, extensión, datas e canles de entrega será detallada nas clases e a través da plataforma Moovi. É responsabilidade do alumnado estar atento á información que sexa precisa para superar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

IAB, **Libro Blanco de Branded Content**, <https://iabspain.es/estudio/libro-blanco-branded-content-2022/>, 2022

Olivares-Santamarina, J.; Gago, R., **El Branded Content en la comunicación posdigital: estructuras, aplicaciones y casos de éxito**, 9788418534041, Tirant Lo Blanch, 2021

Eva Sanagustín, **Marketing de contenidos: Estrategias para atraer clientes a tu empresa**, 840918432X, 2, Anaya, 2020

Recomendacións
