



DATOS IDENTIFICATIVOS

Comunicación alternativa: Medios virtuais e novos soportes publicitarios

Materia	Comunicación alternativa: Medios virtuais e novos soportes publicitarios			
Código	P04G190V01903			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Martínez Rolán, Luís Xabier			
Profesorado	Martínez Rolán, Luís Xabier			
Correo-e	xabier.rolan@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	(*)El reto de esta materia es observar los nuevos formatos publicitarios que han ido surgiendo para la captación de nuevos públicos a través de una comunicación alternativa a la de los medios tradicionales. También generar propuestas innovadoras en esa búsqueda por conquistar a targets permeables a fórmulas diferentes a los medios convencionales o los propios soportes reinventados para ellos.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código			
A2	Que os estudantes saiban aplicar os seus coñecementos ó seu traballo ou vocación dunha forma profesional e posúan as competencias que adoitan demostrarse por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de estudo.		
A4	Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solución a un público tanto especializado coma non especializado.		
C5	Coñecemento teórico-práctico dos elementos, formas e linguaxes da publicidade e das relacións públicas no contexto local/regional, nacional e internacional.		
C9	Coñecemento das estratexias de comunicación e o seu desenvolvemento creativo, aplicables en todo tipo de organizacións, así como das metodoloxías necesarias para a súa análise, auditoría e avaliación.		
C11	Competencia ou alfabetización dixital: capacidade e habilidade para utilizar as tecnoloxías e técnicas de comunicación en novos soportes, medios interactivos e multimedia.		
C12	Destrezas analítico-sintéticas: capacidade e habilidade para establecer a estratexia, planificación e procesos propios da comunicación publicitaria e das relacións públicas.		
C13	Destrezas expresivas: capacidade e habilidade para dar forma creativa á mensaxe. Realización de pezas publicitarias básicas e supervisión da súa produción definitiva.		
D2	Competencias creativas: capacidade para a creatividade, a innovación e a adaptación ao cambio.		
D3	Competencias colaborativas: capacidade de adaptación aos obxectivos e valores organizativos e de traballo en equipo.		

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Asociar os contidos teóricos a prácticas na comunicación en contornas dixitais		C5
Experimentar a comunicación en redes sociais dixitais como laboratorio de confirmación ou *contrastación de hipótese sobre comunicación dixital	A2	C9 C12
*Ejercitación na expresión persoal en distintas contornas virtuais		C11 D2 C12

Coñecemento do proceso adecuado de elaboración das mensaxes para un medio en particular	A2 A4	C12 C13	
Coñecer as posibilidades de planificación de medios existente		C9	
Avaliar os procesos de creación e distribución de contidos en redes.		C13	D2 D3
Coñecer a evolución dos sistemas de recoñecemento, notoriedade en contornas dixitais.		C11	
Comprobar a eficacia publicitaria dos novos medios		C11	D2
Coñecer casos de xestión en Internet de crise de imaxe.		C12	
Capacidade de aplicación das novas tecnoloxías á creación de novos medios	A4	C11	D2
Capacidade de desenvolvemento de novos medios de comunicación			D2

Contidos

Tema	
1 Introducción.	A vangarda da comunicación dixital do século XXI Revisión do concepto de alternativo na actualidade Influencia do alternativo na publicidade e comunicación dixital actual. Nesgos e perspectiva de xénero na comunicación dixital actual
Bloque 1.- Novos soportes publicitarios	Aproximación ao desenvolvemento de novos medios publicitarios Desenvolvemento de proxectos de comunicación dixital e alternativa. Os públicos ante a comunicación dixital e modelos alternativos. Particularidades dos usos dixitais.
Bloque 2.- Medios Virtuais	Análise, construción e implementación de formas de comunicación dixital relevantes. Casos, reflexións e actualidade dos proxectos de comunicación dixital Estándares da comunicación dixital actual. Web e móbil. Aproximación aos modelos de negocio en internet.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Prácticas con apoio das TIC	10	30	40
Lección maxistral	20	0	20
Traballo	6	40	46
Exame de preguntas obxectivas	1	15	16
Resolución de problemas e/ou exercicios	13	15	28

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Prácticas con apoio das TIC	Creación dun proxecto transversal de comunicación alternativa que aglutine as novas tendencias en comunicación dixital, a análise dos novos públicos e o desenvolvemento de produtos dixitais vinculados a ese proxecto
Lección maxistral	Exposición por parte do docente dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, as bases teóricas e/ou directrices dun traballo, e os exercicios que o alumando ten que desenvolver.

Atención personalizada

Probas	Descrición
Traballo	O/A estudante, de maneira grupal, elabora un documento sobre un suposto práctico e deféndeo en público
Resolución de problemas e/ou exercicios	Ao longo do curso fórmulanse problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno/a debe desenvolver as solucións axeitadas ou correctas. Ditos problemas ou exercicios poden estar relacionados co proxecto final.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Traballo	Desenvolvemento dun proxecto integral de comunicación alternativa e dixital	40	A2	C9 C13	D3
Exame de preguntas obxectivas	Preguntas obxectivas sobre os contidos abordados na docencia.	30	A2 A4	C5 C9 C11 C12	
Resolución de problemas e/ou exercicios	Exercicios e problemas propostos en relación cos contidos abordados	30	A4	C11 C13	

1.- Consideracións sobre a avaliación continua.

O/a estudante cursa avaliación continua por defecto.

Para superar a materia é preciso obter un mínimo do 50% da puntuación de cada unha das metodoloxías/probas indicadas. No caso de non obter a puntuación mínima, o alumno/a non superará a materia, e figurará como suspenso nesa convocatoria coa nota menos lesiva para o seu expediente.

Non se fai media de ningún apartado se non se obtén a puntuación mínima (50% do total de cada metodoloxía). Excepcionalmente, no caso do exame de preguntas obxectivas, é preciso que o alumnado obteña unha puntuación mínima do 40% para poder facer media co resto de metodoloxías, que si deberán ser superadas co 50% da nota mínima.

A asistencia é obrigatoria, tanto á teoría como ás clases prácticas. Os estudantes deben asistir con regularidade á materia (mínimo un 80% das clases), no caso de non superar esa cifra, perderán o dereito a ser avaliados na primeira convocatoria.

Na segunda convocatoria e sucesivas, a proba de resolución de problemas terá un peso do 40% e non se avaliará o traballo titorizado.

2.- Descrición concisa da segunda oportunidade.

O/a estudante que curse avaliación continua deberá superar en segunda convocatoria todas aquelas metodoloxías ou probas que non superase co 50% da puntuación mínima en primeira convocatoria.

O/a estudante que curse avaliación global deberá someterse en 2ª convocatoria ás mesmas condicións descritas na avaliación global. Isto é, terá o mesmo sistema de avaliación descrito no punto 3 destas instrucións.

A efectos de coordinar a segunda oportunidade, o alumnado que deba someterse a esta avaliación deberá contactar co docente responsable da memoria, quen establecerá as probas pertinentes ben sexa en Moovi, ou de forma física durante a data establecida e aprobada en Xunta de Facultade.

As condicións de segunda oportunidade descritas aquí aplícanse para o resto de convocatorias sucesivas.

3.- Descrición concisa da avaliación global.

O/a estudante que así o desexe e solicite formalmente de acordo co prazo e mecanismos establecidos polo decanato terá dereito á avaliación global. A tal efecto, convén revisar a información facilitada polo centro.

A proba de avaliación global efectuarase na data establecida polo centro e aprobada en Xunta de Facultade e avaliará de forma sistemática todas as metodoloxías e probas establecidas na guía docente, e terá unha duración total de 4h.

O/a estudante que efectúe a avaliación global realizará o mesmo exame de preguntas obxectivas que os estudantes que cursan avaliación continua. A nota global do exame teórico terá o mesmo peso proporcional. É preciso obter o 50% da puntuación acadada para poder facer media coa proba práctica. A duración do exame teórico é de 1h

O exame ten un carácter eliminatorio. Se non se supera o 50% da puntuación mínima non se poderá realizar a seguinte parte da avaliación.

Trala realización do exame dará comezo ás probas que avaliarán a parte práctica.

Dita parte da avaliación efectuarase presencialmente na facultade no espazo habilitado a tal efecto, e contará coas seguintes partes:

Un suposto práctico que avalíe a metodoloxía de resolución de problemas, cunha cualificación do 40%, cunha duración de 1h, de carácter eliminatorio. É preciso obter unha puntuación mínima do 50% para poder superar esta parte da proba e realizar a seguinte parte.

Tras un receso de 15 minutos, dará lugar a seguinte parte da proba, que avaliará a metodoloxía de Traballo, onde o/a estudante terá que dar resposta a un suposto práctico nun tempo máximo de 2h.

Para a realización da parte práctica non é posible empregar os equipos persoais do alumnado nin consultar a documentación da materia en Moovi. Calquera das violacións destas condicións anulará a proba a realizar.

4.- Outras consideracións.

_Para todo o non contemplado e/ou detallado nesta guía, tomarase como referencia as indicacións do REGULAMENTO SOBRE A AVALIACIÓN, A CALIFICACIÓN E A CALIDADE DA DOCENCIA E DO PROCESO DE APRENDIZAXE DO ESTUDANTADO (Aprobado no claustro do 18 de abril de 2023). _

A guía docente presenta o plantexamento xeral da asignatura. Por motivos de extensión e ante a imposibilidade de subir documentación complementaria na plataforma Docnet, os detalles máis concretos xestionaranse a través da plataforma Moovi.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

DORRIAN M., Y LUCAS, G., **Publicidad de guerrilla: otras formas de comunicar**, Gustavo Gili, 2006

HENRY JENKINS, **CONVERGENCE CULTURE: LA CULTURA DE LA CONVERGENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION**, Paidós Ibérica, 2008

Martínez Rolán, Xabier, **DISEÑO DE PÁGINAS WEB: Wordpress para todos los públicos**, 978-8491804154, UOC, 2019

Miguel Ángel Florido, Rubén Máñez, Cova Díaz, Carlos Pinzón, Antonio Ortega, **Curso Especialista en publicidad digital y embudos de venta**, 978-8441543911, Anaya Multimedia, 2021

Bibliografía Complementaria

O'REILLY, T., **What is web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software**, 2005

NICHOLAS A. CHRISTAKIS; JAMES H. FOWLER, **CONECTADOS**, TAURUS, 2010

Carolina Machado, J. Paulo Davim, **MBA Theory and Application of Business and Management Principles**, Springer, 2016

Ryan, Damian & Jones, Calvin, **Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation**, 9780749453893, Kogan Page, 2008

Stephen Wolfram, **What Is ChatGPT Doing □ and Why Does It Work?**, 2023

Edward A. Davis, **Sesgos Cognitivos: Entiéndelos y domina el marketing y todo lo que te rodea**, Amazon, 2020

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Producción publicitaria na web e multimedia/P04G190V01801

Traballo de Fin de Grao/P04G190V01991

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Publicidade internacional/P04G190V01907

Publicidade, artes gráficas e tipografía/P04G190V01906

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Producción publicitaria en medios audiovisuais/P04G190V01504

Producción publicitaria impresa/P04G190V01505

Outros comentarios

A bibliografía será ampliada con material de novidosa incorporación debido o carácter cambiante e a evolución dos contidos que se presentan cada ano.