



DATOS IDENTIFICATIVOS

Dirección estratéxica de comunicación dixital

Materia	Dirección estratéxica de comunicación dixital			
Código	P04M176V01102			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo			
Coordinador/a	Míguez González, María Isabel			
Profesorado	Baamonde Silva, Xosé Manuel Míguez González, María Isabel Paredes Díaz, Marta Pérez Seoane, Jesús			
Correo-e	mabelm@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Materia obrigatoria que se imparte no primeiro cuadrimestre do curso e que afonda na relevancia da dirección de comunicación dixital dentro do marco dunha estratexia global de comunicación da organización.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornas novas ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
B2	Capacidade de liderado
C3	Capacidade para integrar a dirección de comunicación dixital dentro da estratexia de comunicación global dunha organización.
C4	Capacidade para identificar e definir públicos, obxectivos e mensaxes da comunicación institucional no contexto dixital.
C5	Habilidade para deseñar e implantar un plan de comunicación dixital e desenvolver campañas de comunicación en redes sociais e medios dixitais.
D5	Habilidade para a integración e aplicación de coñecementos nun proxecto de comunicación dixital.

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Entender a relevancia da dirección de comunicación dixital no marco da estratexia global de comunicación da organización.	C3
Identificar os diferentes públicos da organización no ámbito online.	C4
Analizar as relacións con estes públicos e identificar as necesidades comunicativas que se desprenden delas.	A2 C4
Fixar os obxectivos específicos de comunicación online dunha organización, en coherencia cos obxectivos globais de comunicación e coa estratexia organizacional.	C5 D5
Deseñar as estratexias e tácticas de comunicación online da organización, adaptándoas aos recursos e obxectivos organizacionais.	C5 D5

Contidos

Tema	
Dirección estratéxica de comunicación	A importancia da dirección estratéxica de comunicación e da xestión de intanxibles no marco do plan estratéxico empresarial. A comunicación online como parte da estratexia global de comunicación da organización.
Deseño do plan de comunicación online	Diagnóstico. Mapa de públicos. Obxectivos. Definición da mensaxe. Estratexias e tácticas. Orzamento e previsión de avaliación.
O desenvolvemento de plans e campañas de comunicación online: recomendacións estratéxicas	Exemplos e recomendacións desde o mundo das axencias. Presentación de ofertas de creación de contidos dixitais para a administración pública a través do concurso público. Xestión de contidos dixitais para directivos.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	12	2	14
Traballo tutelado	4	30	34
Traballo tutelado	3	20	23
Resolución de problemas	4	0	4

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Actividade enfocada ao traballo sobre un tema específico, que permite afondar ou complementar os contidos da materia.
Traballo tutelado	Actividades enfocadas á elaboración tutelada dun traballo con asesoramento específico por parte do profesorado.
Traballo tutelado	Actividades enfocadas á elaboración tutelada dun traballo con asesoramento específico por parte do profesorado.
Resolución de problemas	Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario	O estudantado contará co asesoramento do docente durante as sesións de seminario
Traballo tutelado	O estudantado poderá recorrer ao profesorado no horario de titorías para o asesoramento no caso dos traballos tutelados
Resolución de problemas	O estudantado contará co asesoramento do docente durante as sesións dedicadas á resolución de problemas
Traballo tutelado	O estudantado poderá recorrer ao profesorado no horario de titorías para o asesoramento no caso dos traballos tutelados

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Seminario	Valorarase a través da observación cuantificada a asistencia e participación (tanto en termos cuantitativos como cualitativos) nas sesións de seminario da materia.	30	A2	B2	C3
Traballo tutelado	Traballo consistente no informe de diagnóstico dunha marca para o posterior desenvolvemento do plan de social media.	30		C3 C4 C5	D5
Traballo tutelado	Traballo consistente na presentación dunha oferta para a creación de contidos dixitais para unha administración a través dun concurso público.	30		C3 C4 C5	D5

Outros comentarios sobre a Avaliación

AVALIACIÓN CONTINUA

Todos os alumnos e alumnas deben superar cada un dos items de avaliación propostos, con alomenos o 50% da nota posible, para poder superar a materia. De non ser o caso, conlevará o suspenso na materia. Na segunda oportunidade terase en conta o mesmo sistema de avaliación e criterios establecidos para a primeira oportunidade.

AVALIACIÓN GLOBAL

No caso do alumnado que renuncie expresamente ao procedemento de avaliación continua, a avaliación efectuarase mediante un exame final de tipo práctico na data oficial de exames. O exame terá un valor de 10 puntos e será necesario obter unha cualificación mínima de 5 puntos para aprobar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Aced, Cristina, **Relaciones Públicas 2.0. Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital**, UOC, 2018

Mir, Pedro, **Brand.com. Reputación de marcas y social media**, EUNSA, 2016

Pino, Iván, **Tu plan de comunicación en Internet. Paso a paso.**,

Review Trackers, **Social Media Reputation Management: How to Do it Right**, 2022

Sainz de Vicuña Ancin, José María, **El plan de marketing digital en la práctica**, 3ª, ESIC, 2018

Sanagustín, Eva, **Vender más con márketing digital. La estrategia online paso a paso**, Libros de Cabecera, 2018

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Comunicación de crise e reputación dixital/P04M176V01104
