



## Facultade de Comunicación

### Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais

#### Materias

##### Curso 1

Código	Nome	Cuadrimestre	Cr.totais
P04M176V01101	Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais	1c	3
P04M176V01102	Dirección estratéxica de comunicación dixital	1c	3
P04M176V01103	Estratexia de contidos	1c	3
P04M176V01104	Comunicación de crise e reputación dixital	1c	3
P04M176V01105	Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais	1c	3
P04M176V01106	Dixital Media Planning	1c	3
P04M176V01107	Xestión, edición e publicacións de contidos con CMS	1c	3
P04M176V01108	Redación para medios dixitais e redes sociais	1c	3
P04M176V01109	Fotografía para web e redes sociais	1c	3
P04M176V01110	Emprendemento en social media	1c	3
P04M176V01201	Deseño para medios dixitais	2c	3
P04M176V01202	Infografía e visualización de datos	2c	3
P04M176V01203	Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais	2c	3
P04M176V01204	Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes	2c	3
P04M176V01205	Prácticas profesionais	2c	12
P04M176V01206	Traballo Fin de Máster	2c	6
P04M176V01207	Prácticas profesionais 1	2c	3
P04M176V01208	Prácticas profesionais 2	2c	9

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais**

Materia	Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais			
Código	P04M176V01101			
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 Psicoloxía evolutiva e comunicación			
Coordinador/a	Dafonte Gómez, Alberto			
Profesorado	Dafonte Gómez, Alberto Martí Pellón, Daniel Francisco Porto Renó, Denis			
Correo-e	albertodafonte@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais é unha materia que presenta aos principais actores que conforman o ecosistema da comunicación dixital, as interrelacións que se establecen entre eles e os obxectivos e motivacións de cada un nese proceso de intercambio. O enfoque da materia fai que estes contidos se aborden tanto desde a vertente corporativa como desde o punto de vista do individuo e da súa competencia dixital.			

**Resultados de Formación e Aprendizaxe**

Código				
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a miúdo nun contexto de investigación.			
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun modo que haberá de ser en gran medida autodirixida ou autónoma.			
C1	Coñecemento da estrutura do ecosistema comunicativo na sociedade dixital, así como dos usos, comportamentos e códigos dos distintos suxeitos que o conforman.			
C2	Capacidade de optimizar a selección e aplicación de ferramentas TIC no ámbito académico e profesional.			
D3	Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos			

**Resultados previstos na materia**

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar os distintos actores dentro do ecosistema da comunicación dixital e comprender as súas interrelacións.	C1
Explicar os principios do funcionamento do ecosistema de medios sociais e da economía dixital.	C1 D3
Seleccionar e aplicar ferramentas TIC sociais e na nube en procesos de traballo individual ou colaborativo.	A5 C2
Usar de forma creativa as ferramentas TIC sociais en aplicacións orixinais.	A1 C2

**Contidos**

Tema			
Competencia dixital	Alfabetización mediática Comunicación e colaboración Creación de contidos dixitais Seguridade Resolución de problemas Aprendizaxe ao longo da vida na contorna dixital		

Industrias culturais e plataformas dixitais	Da oralidade ás redes sociais As industrias culturais e as redes
Dixitalización e redes sociais	Cultura dixital e contorna mediática Ecosistema de redes e medios sociais
Economía da atención	Clicks, shares e engagement: o negocio da atención Motivación e comportamento dos usuarios na contorna dixital A opinión pública na contorna dixital: postverdade e fake news

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	16	24	40
Prácticas con apoio das TIC	5	20	25
Cartafol/dossier	0	10	10

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

### Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Nos seminarios desenvolveranse os contidos da materia cunha perspectiva de aprendizaxe activa.
Prácticas con apoio das TIC	Actividade de curación de contidos a través de ferramentas dixitais e publicación en redes sociais.
Cartafol/dossier	Elaboración dun informe final sobre a actividade de publicación en redes sociais desenvolvida, según os parámetros facilitados polos docentes.

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario	Durante os seminarios fomentárase o debate e a participación activa do alumnado

### Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Seminario	Nos seminarios desenvolveranse os contidos da materia cunha perspectiva de aprendizaxe activa polo que se valorará a participación e implicación do alumnado nas actividades.	20	A1	C1	
Prácticas con apoio das TIC	Actividade de curación de contidos e publicación en redes sociais desenvolvida de xeito individual	40	A5	C1 C2	
Cartafol/dossier	Elaboración dun informe final sobre a actividade de publicación en redes sociais desenvolvida, según os parámetros facilitados polos docentes.	40	A1 A5	C1	D3

### Outros comentarios sobre a Avaliación

O procedemento de avaliación descrito ata este punto é válido para o alumnado que opte pola avaliación continua e cumpra coas entregas previstas ao longo do cuadrimestre.

En caso de que desexe optar por avaliación global, o alumnado deberá informar ao docente da súa renuncia expresa ao sistema de avaliación continua no prazo establecido polo centro para tal fin, axuntado cuberto e asinado o documento habilitado para tal fin. O procedemento de avaliación global é o descrito a continuación.

### AVALIACIÓN GLOBAL DA MATERIA

A proba de avaliación global realizarase na data e horarios previstos polo centro no calendario de exames oficial. O estudante deberá superar todas e cada unha das probas de avaliación previstas que se detallan a continuación obtendo unha cualificación mínima de 5 puntos en cada unha delas. Dada a extensión das probas o alumnado que se acolla a avaliación global deberá dispor de 4 horas para a realización das mesmas a partir da hora oficial de inicio do exame da materia segundo o calendario oficial.

A avaliación global consta das seguintes probas:

Proba 1. Exame da materia (20%)

Proba 2. Actividade de curación de contidos e publicación en redes sociais desenvolvida de xeito individual (40%). Entrega a través de Moovi con límite na data do exame.

Proba 3. Elaboración dun informe final sobre a actividade de publicación en redes sociais desenvolvida, según os parámetros facilitados polos docentes. (40%). Entrega a través de Moovi con límite na data do exame.

A información sobre as probas de avaliación, o seu formato, extensión, rúbrica de avaliación e canles de entrega serán detalladas a través da plataforma Moovi. É responsabilidade do alumno ou alumna estar atento á información subida e recompilar a información específica e complementaria que sexa precisa para superar a materia

---

### **Bibliografía. Fontes de información**

#### **Bibliografía Básica**

Illades, Esteban, **Fake news : la nueva realidad**, Grijalbo, 2018

Noguera Vivo, José Manuel, **Generación efímera : la comunicación de las redes sociales en la era de los medios líquidos**, Comunicación Social, 2018

Argemí, Marc., **El Sentido del rumor : cuando las redes sociales ganan las encuestas**, Ediciones Península, 2017

Sampedro Blanco, Víctor, **Dietética digital para adelgazar al Gran Hermano**, Icaria, 2018

Trigo, Beatriz y Dellinger, Mary Ann(eds.), **Entornos digitales : conceptualización y praxis**, UOC, 2017

Villar, Jorge, **Gestión y planificación de redes sociales profesionales : todo lo que debes saber para gestionar correctamente redes sociales corporativas**, Deusto, 2016

Kawasaki, Guy, **El Arte del social media : consejos prácticos para una estrategia de éxito**, Anaya Multimedia, 2016

#### **Bibliografía Complementaria**

---

### **Recomendacións**

**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 coñecidas 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
Elaborar, presentar y aplicar el plan de comunicación online de la organización.	B2 C3 C5

**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 estudiantado contará co asesoramento do docente durante as sesións de seminario
Traballo tutelado	O estudiantado poderá recorrer ao profesorado no horario de titorías para o asesoramento no caso dos traballos tutelados
Resolución de problemas	O estudiantado contará co asesoramento do docente durante as sesións dedicadas á resolución de problemas
Traballo tutelado	O estudiantado 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 D5 C4 C5
Traballo tutelado	Traballo consistente na presentación dunha oferta para a creación de contidos dixitais para unha administración a través dun concurso público.	30	C3 D5 C4 C5
Resolución de problemas	Resolución dun exercicio formulado durante as sesións docentes.	10	A2

### 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

<b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>				
<b>Estratexia de contidos</b>				
Materia	Estratexia de contidos			
Código	P04M176V01103			
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	#EnglishFriendly Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo			
Coordinador/a	García Mirón, Silvia			
Profesorado	Bastón Meira, Rubén Corbacho Valencia, Juan Manuel García Mirón, Silvia			
Correo-e	silviamiron@uvigo.es			
Web	<a href="http://mastersocialmedia.webs.uvigo.es">http://mastersocialmedia.webs.uvigo.es</a>			
Descrición xeral	<p>No contexto actual caracterizado por diversas opcións de comunicación dixital, o consumidor infórmase antes de adquirir un produto, compara as distintas ofertas con outros compradores e valora de forma máis positiva aquelas marcas que lle ofrecen contidos útiles no seu día a día. É dicir, o consumidor precisa que as marcas lle ofrezan contidos acordes cos seus intereses. Así xorde o inbound marketing e a posta en valor do contido, creado dende unha perspetiva estratéxica. Neste sentido, esta materia pretende poñer en contexto a contorna dos contidos e facilitar información sobre as tarefas que se vinculan coa súa creación, formulación dunha estratexia acorde coa estratexia global da marca e dos seus obxectivos de marketing e comunicación, e o deseño dun plan de contidos.</p> <p>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.</p>			

<b>Resultados de Formación e Aprendizaxe</b>	
Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a miúdo nun contexto de investigación.
C6	Habilidade para deseñar a estratexia de contidos de acordo cos obxectivos de comunicación fixados e de desenvolvelos dentro das liñas estratéxicas da organización.
C12	Capacidade para redactar contidos de marca para blogues, webs e redes sociais dentro da estratexia de comunicación dixital dunha organización.
C14	Coñecemento dos elementos técnicos, legais, narrativos e artísticos para a creación e publicación de fotografías, gráficos, vídeo, audio e animación na internet e redes sociais.
D2	Capacidade para comunicarse por oral e por escrito en lingua galega

<b>Resultados previstos na materia</b>	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar os contidos máis adecuados para a estratexia de comunicación dunha empresa ou institución e para os seus distintos tipos de públicos.	A1 C6
Deseñar a estratexia de contidos de acordo cos obxectivos de comunicación fixados e de desenvolvelos dentro das liñas estratéxicas da organización.	C6 C12 C14
Seleccionar e planificar distintos tipos de contidos optimizados segundo as necesidades do cliente e de acordo coas limitacións técnicas e legais existentes.	C6 D2

<b>Contidos</b>
Tema



1. Publicidade e Inbound marketing	1.1. Definición e características de Inbound marketing 1.2. Funcións e beneficios do Inbound marketing 1.3. Definición de estratexias e accións 1.4. Ferramentas
2. Definición de contidos	2.1. Tipos de contidos 2.2. Características 2.3. O filtrado de contidos 2.4. A reutilización de contidos
3. Elementos e fases da estratexia de contidos para Inbound	3.1. Que queremos conseguir? Definición de obxectivos e creación de KPIs 3.2. Para quen creamos contidos? Identificación de públicos e creación do byer persoa 3.3. Que mensaxes creamos? Creación de contidos: mensaxes e guía de estilo. 3.4. Onde publicamos os contidos? Delimitación de soportes. 3.5. Cando publico os contidos? Calendarización editorial e frecuencia de publicación
4. Boas prácticas e casos de éxito na creación e distribución de contidos.	4.1. Casos de éxito na creación de contidos 4.2. Casos de éxito na distribución de contidos

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	18	12	30
Traballo tutelado	2	30	32
Presentación	4	9	13

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

### Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Sesións de aula para profundizar sobre aspectos teóricos e prácticos relacionados cos contidos da materia
Traballo tutelado	Aplicación dos contidos da materia a un traballo tutelado que consistirá na creación dunha estratexia e plan de contidos para unha marca

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballo tutelado	Contarase con sesións de aula e outras titorías tanto presenciais como non presenciais reservadas para a titorización e seguimento dos traballos tutelados

### Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Seminario	Sesións de aula participativas para profundar sobre aspectos teóricos e prácticos relacionados cos contidos da materia. Avaliase asistencia, participación e entregas de tarefas elaboradas na aula	40	A1 C6 C14
Traballo tutelado	Aplicación dos contidos da materia a un traballo tutelado que consistirá na creación dunha estratexia e plan de contidos	40	C6 C12 D2
Presentación	Presentación oral do traballo tutelado	20	C6 D2

### Outros comentarios sobre a Avaliación

#### OUTRAS INDICACIÓNS SOBRE A AVALIACIÓN CONTÍNUA

- O traballo tutelado está formado por un traballo escrito e a presentación oral da proposta.
- É necesario aprobar cada un dos traballos propostos para superar a materia, con polo menos o 50% da nota. De non ser o caso, o/a estudante terá un suspenso na materia.
- Na segunda oportunidade terase en conta o mesmo sistema de avaliación e os criterios establecidos para a primeira oportunidade, aínda que os traballos e actividades realizaranse de forma individual.

#### INDICACIÓNS SOBRE A AVALIACIÓN GLOBAL

- O sistema de avaliación global aplícase áquel ou áquela estudantes que de forma expresa renuncien ao sistema de

avaliación continua, que é o sistema recomendado para cursar esta materia.

- Esta renuncia debe facerse no primeiro mes de docencia da materia, seguindo as indicacións de protocolo aprobadas na Xunta de Facultade de Comunicación e despois de ser informado/a a docente.

- O sistema de avaliación global estará composto por un exame oficial de carácter teórico (40%) e a elaboración dun traballo que supón un dossier escrito (40%) e unha presentación oral (20%), que se realizará de forma individual. Este traballo consistirá na creación dunha marca coa planificación da súa estratexia e plan de contidos para medios sociais.

- Deberanse aprobar cada unha das tres probas por separado para poder superar a materia.

- As probas de avaliación global realizaranse unicamente na data oficial aprobada polo centro.

- O traballo non se recollerá fóra dese data oficial.

- Non se ofrecerán sesións de tutorización que consistan na explicación de contidos teóricos ou prácticos vistos nas sesións presenciais.

- Non se ofrecerá material adicional ao incorporado na plataforma de teledocencia Moovi para aqueles estudantes que renuncien ao sistema de avaliación continua.

### **Outros aspectos a ter en conta**

Esta materia impártese en modo PRESENCIAL, polo que é deber do alumnado asistir ás sesións docentes no horario establecido polo centro.

Como xa se indicou ao explicar o sistema de avaliación continua, en todas as sesións tomarase nota dos membros asistentes (Folla de asinaturas indicando nome, DNI e sinatura).

Esta normativa é aplicable a todos os alumnos e alumnas matriculados nesta materia, SEN EXCEPCIÓN.

A guía docente presenta o enfoque xeral da asignatura. Por motivos de extensión e debido á imposibilidade de subir documentación complementaria na plataforma Docnet, os detalles máis concretos sobre o sistema de avaliación global xestionaranse en tempo e forma a través da plataforma Moovi.

Todo o non contemplado e/ou detallado expresamente nesta guía será regulado polas indicacións do Regulamento sobre a avaliación, a cualificación e a calidade da docencia e do proceso de aprendizaxe do estudantado (Aprobado no claustro do 18 de abril de 2023). Dispoñible en: <https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/normativa/public/show/565>

---

### **Bibliografía. Fontes de información**

#### **Bibliografía Básica**

Halligan, B., **Inbound marketing : get found using Google, social media, and blogs**, Wiley, cop., 2010

Sanagustín Fernández, E., **Marketing de contenidos: estrategias para atraer clientes a tu empresa**, Anaya Multimedia, 2013

Sanagustín Fernández, E., **Plan de contenidos para medios sociales**, Editorial UOC, 2017

Campos, Carlos J., **Contenido para convencer : curso general de estrategia de contenidos : 24 lecciones para la formación de estrategias de contenidos in-house**, Estrategia del contenido, 2021

#### **Bibliografía Complementaria**

Aguado Guadalupe, G., **Inbound Marketing en LinkedIn para la gestión de marca**, Icono 14, 2015

Toledano Cuervas-Mons, F.; Miguel San Emeterio, B., **Herramientas de marketing de contenido para la generación de tráfico cualificado online**, Opción, Año 31, No. Especial, 2015

Castelló Martínez, A., **La estrategia de medios sociales, el Inbound Marketing y la estrategia de contenidos: Marketing de Atracción 2.0**, 2013

García, I., **Human media. Las personas en la era de internet**, Formación Alcalá, 2014

Alonso Coto, M., **El plan de marketing digital**, Pearson Educación, 2008

Gutiérrez Arran, A. M.; Sánchez-Franco, M. J., **Marketing en internet. Estrategia y empresa**, Pirámide, 2005

CONTENT MARKETING INSTITUTE, **B2B Content Marketing Benchmarks, Budgets and Trends. North America.**, HANDLEY, A Y CHAPMAN, C. C., **Content rules: How to Create Killer Blogs, Podcasts, Videos, Ebooks, Webinars (and More) That Engage Customers and Ignite Your Business**, 2012

Regueira, J., **Big Brother is dead. El día que el consumidor hizo callar a las marcas.**, ESIC Editorial, 2011

PULIZZI, J., **Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less.**, Mc Graw-Hill, 2013

PATRUTIU-BALTES, L., **Inbound Marketing - the most important digital marketing strategy**, Bulletin of the Transilvania University of Braşov, 2016

VINERAN, S., **Content Marketing Strategy. Definition, Objectives and Tactics**, Expert Journal of Marketing 5(2), 2017

Sanagustín, E., **Estrategia de contenidos: Técnicas para que tu empresa crezca**, Eva Sanagustín Fernández, 2016

Ávila, C., **Estrategias y marketing de contenidos**, Anaya Multimedia, 2019

Castelló Martínez, A & Barrilero-Carpio, BC., **La estrategia de contenidos en YouTube de los principales anunciantes españoles**, AD Research, 2021, Vol.25 (25), p.44-69, AD Research, 2021

Fernando Toledano Cuervas-Mons, Begoña Miguel San Emeterio, **ARTIGO Herramientas de marketing de contenido para la generación de tráfico cualificado online = Content Marketing Tools for Qualified Web Traffic**, Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales.-- Año 31 No. Especial 4, (2015) pp. 978 - 996, Revista Opción, 2017

---

Rock Content, [rockcontent.com](http://rockcontent.com),

---

We are content, [wearecontent.com](http://wearecontent.com),

---

Hubspot, [hubspot.com](http://hubspot.com),

---

Aula CM, [aulacm.com](http://aulacm.com),

---

Inbound Cycle, <https://www.inboundcycle.com>,

---

---

### **Recomendaciones**

#### **Materias que continúan o temario**

Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes/P04M176V01204

Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais/P04M176V01203

---

#### **Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

Dirección estratéxica de comunicación dixital/P04M176V01102

---

#### **Materias que se recomenda ter cursado previamente**

Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais/P04M176V01101

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Comunicación de crise e reputación dixital**

Materia	Comunicación de crise e reputación dixital			
Código	P04M176V01104			
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			
Coordinador/a	Abuín Penas, Javier			
Profesorado	Abuín Penas, Javier Puentes Rivera, Iván			
Correo-e	jabuin@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	O obxectivo da materia Comunicación de crise e reputación dixital é preparar ao alumnado para afrontar os retos que as crises supoñen nas organizacións/empresas desde o punto de vista da comunicación. Ao final do curso, o alumnado será capaz de prepararse para responder a diferentes tipos de crises desde o punto de vista comunicativo, con especial atención ás características que conlevan as redes sociais nestas situacións.			

**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.
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.
C6	Habilidade para deseñar a estratexia de contidos de acordo cos obxectivos de comunicación fixados e de desenvolvelos dentro das liñas estratéxicas da organización.
D2	Capacidade para comunicarse por oral e por escrito en lingua galega

**Resultados previstos na materia**

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Comprender os conceptos de imaxe e reputación.	C4
Comprender a relevancia da reputación dixital na configuración da reputación organizacional.	C5
Identificar as principais ameazas que poden afectar á reputación dixital das organizacións, a partir da análise da contorna mediática e social e dos seus actores.	A2 C4
Identificar e describir as estratexias de comunicación adecuadas para a resolución de procesos de crises online nas organizacións.	C5 C6
Deseñar e aplicar, con especial atención á xestión do tempo, plans de comunicación de crises específicos para o ámbito online, adaptados aos obxectivos xerais de comunicación da organización e ás súas necesidades en termos de imaxe e reputación.	C5 D2
Medir os resultados do plan de comunicación de crise e avaliar as consecuencias globais da crise sobre a reputación online.	A2 C5
Demostrar preparación para asumir o risco na toma de decisións.	A2
Demostrar capacidade para traballar en equipo en situacións de crises.	A2

**Contidos**

Tema	
Tema 1. Conceptos básicos	1.1. Reputación 1.2. Crise
Tema 2. Evolución	2.1. Cambio do paradigma coa web 2.0
Tema 3. Ecosistema de funcionamento	3.1. Recomendacións 3.2. Valoracións

Tema 4. Contidos e ferramentas	4.1. Contidos xerados por usuarios UGC/UGM 4.2. Ferramentas para medir Buzz e reputación online
Tema 5. Tipoloxías de crise	5.1. Clasificacións segundo distintos autores
Tema 6. Pautas de xestión	6.1. Off line 6.2. On line 6.3. Os empregados 6.3.1. Os códigos de conducta 6.7. Atención ao cliente

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos	9	9	18
Aprendizaxe baseado en proxectos	1	12	13
Presentación	3	8	11
Debate	1	10	11
Seminario	1	8	9
Lección maxistral	4	4	8
Resolución de problemas e/ou exercicios	1	1	2
Observación sistemática	1	0	1
Resolución de problemas e/ou exercicios	1	1	2

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

### Metodoloxía docente

	Descrición
Estudo de casos	Analizaráanse varios casos reais de organizacións públicas e privadas, nacionais e internacionais para as que serán necesarias pesquisas previas dos alumnos
Aprendizaxe baseado en proxectos	Partindo de casos reais de distintas organizacións se plantexarán (por parte dos alumnos) distintas alternativas para solventar as problemáticas
Presentación	Os alumnos terán que presentar en público os resultados dos seus traballos
Debate	Os alumnos terán que posicionarse ante problemas comunicativos que están a sufrir algunhas organizacións, realizando argumentacións a favor e en contra
Seminario	Espazo para consultar co profesorado aspectos concretos sobre a materia, tanto sobre as leccións maxistras desenvolvidas coma do resto de metodoloxías utilizadas
Lección maxistral	Presentación de conceptos teóricos para desenvolver a materia que os alumnos complementarán

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario	O alumnado será recibido polos docentes responsables da materia, previa cita, para solventar dúbidas

### Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Resolución de problemas e/ou exercicios	Os docentes avaliarán dentro deste apartado tarefas ou actividades levadas a cabo polo alumnado na aula (debates, estudos de caso, presentacións, etc.)	40	A2 C4 C5 C6 D2
Observación sistemática	Os docentes avaliarán a predisposición do alumnado durante a sesión, así como a súa participación e intervencións no desenvolvemento das actividades na aula.	20	A2 C4 C5 C6
Resolución de problemas e/ou exercicios	Os docentes avaliarán dentro deste apartado tarefas ou actividades levadas a cabo polo alumnado na aula (debates, estudos de caso, presentacións, etc.)	40	A2 C4 C5 C6

### Outros comentarios sobre a Avaliación

O alumnado deberá informar ao docente da súa renuncia expresa ao sistema de avaliación continua no prazo establecido polo centro para tal fin, adxuntando cuberto e asinado o documento habilitado. De non entregar dito documento en tempo e forma, enténdese que tódolos estudantes deciden seguir o sistema de avaliación continua.

A información sobre as probas de avaliación, o seu formato, extensión, rúbrica de avaliación e canles de entrega serán detalladas a través da plataforma Moovi. É responsabilidade do alumnado comprobar toda información dispoñible na plataforma e recompilar a información específica e complementaria que sexa precisa para superar a materia

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% en cada unha das metodoloxías. 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. Ademais, será necesario entregar e superar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.

### **AVALIACIÓN CONTINUA DA MATERIA**

Serán aplicadas as porcentaxes e conceptos anteriores (traballo tutelado, resolución de problemas, e observación sistemática). Os traballos deben ser entregados a través da plataforma MOOVI no tempo e forma establecidos por cada docente.

Na segunda oportunidade (xullo) aplicaránse os mesmos criterios, aínda que, lóxicamente, a observación sistemática non será reavaliada.

### **AVALIACIÓN GLOBAL DA MATERIA**

O alumnado deberá entregar, antes da data oficial de exame establecida no calendario oficial do centro, a través de MOOVI as tarefas indicadas previamente, coa obrigación de obter unha valoración mínima superior ao 50% de cada unha delas. Os traballos a entregar serán os mesmos que os realizados na avaliación continua pero todos eles deben ser realizados de maneira individual.

---

### **Bibliografía. Fontes de información**

#### **Bibliografía Básica**

ARCEO VACAS (COORD), **El portavoz en la comunicación de las organizaciones. Fundamentos teórico-prácticos**, Universidad de Alicante, 2012

LOSADA DIAZ, J.C, **Comunicación de la gestión de crisis**, UOC, 2011

#### **Bibliografía Complementaria**

VELASCO GARCIA, JM, **Análisis del rumor (buzz)**, 2016

DEL FRESNO-GARCIA, M, **Cómo investigar la reputación online en los medios sociales de la web 2.0**, 2011

VAQUERO COLLADO, A, **La reputación online en el marco de la comunicación corporativa. Una visión sobre la investigación de tendencias y perspectivas profesionales**, 2012

ENRIQUE JIMENEZ, AM, **La comunicación empresarial en situación de crisis**, Universidad Autónoma de Barcelona, 2007

FERNÁNDEZ MUÑOZ, C, **100 BM digital tips**, Burson-Marsteller, 2008

LEIVA AGUILERA, **Gestión de la reputación online**, UOC, 2012

MARTINEZ J, **Crisis que matan. Crisis que engordan**, Club Universitario de Alicante, 2011

GONZALEZ HERRERO, A, **Marketing preventivo. La comunicación de crisis en la empresa**, BOSCH, 1998

---

### **Recomendacións**

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais**

Materia	Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais			
Código	P04M176V01105			
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	Ramahí García, Diana			
Profesorado	Acuña Portabales, Paula Alonso Vilar, Laura Ramahí García, Diana Rición Rodríguez, Patricia			
Correo-e	dianaramahi@gmail.com			
Web				
Descrición xeral	A materia céntrase no proceso de valoración das campañas e accións emprendidas nos medios dixitais en xeral e nas redes sociais en particular. Deste xeito búscase que o alumno ou alumna comprenda a necesaria xeración de resultados á hora de realizar accións deste tipo e, sobre todo, entenda que as mesmas deben estar vinculadas co plan estratéxico da empresa ou institución e, polo tanto, deben centrarse no logro dos obxectivos marcados. Para este fin, iníciase ao estudante no emprego de ferramentas de medición concretas así como no establecemento de métricas adecuadas a cada caso.			

**Resultados de Formación e Aprendizaxe**

Código				
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.			
B3	Capacidade para a organización do traballo			
C7	Coñecemento das principais fontes, métricas e ferramentas para medir a eficacia en redes sociais e comunicación dixital.			
C8	Capacidade de interpretación e análise de métricas sociais.			
C9	Capacidade para avaliar a eficacia e retorno das accións en medios dixitais e redes sociais.			
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.			

**Resultados previstos na materia**

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar as principais métricas en redes sociais e webs.	C7 C8
Relacionar indicadores clave de desempeño cos obxectivos dunha estratexia dixital.	C8 C9 D4
Interpretar un cadro de mando de analítica dixital e tomar decisións de contido e estratexia en base aos resultados.	A3 B3 C9

**Contidos**

Tema		
Tema 1. Medios dixitais: Definición de métricas de avaliación de eficacia en publicidade dixital. Os KPIs e o plan de marketing dixital	1.1. Os medios dixitais. Audiencia e insercións publicitarias. 1.2. O plan de marketing dixital 1.3. Determinación de KPIs nos distintos medios: webs, blogs, redes sociais.	

Tema 2. Conceptualización e evolución da analítica dixital e a comunicación	2.1. Analítica web: conceptualización, evolución, valoración e situación actual. 2.2. Seguemento de blogs. Valoración da identidade dixital. 2.3. Analítica para redes sociais.
Tema 3. Ferramentas Dixitais	3.1. Manexo de ferramentas de medición e compra actuais. 3.2. Elaboración do plan de medición.

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	17	18	35
Proxecto	0	20	20
Proxecto	0	19	19
Observación sistemática	1	0	1

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

### Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Desenvolveranse seminarios nos que se impartirán os contidos teóricos da materia cambiandolos coas correspondentes prácticas que contribúen á mellor comprensión dos conceptos.

### Atención personalizada

Probas	Descrición
Proxecto	Establecerase un horario de titorías para atender las dúbidas dos estudantes.

### Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Proxecto	Desenvolvemento, paso a paso, da primeira parte dun proxecto de medición da eficacia.	40 A3	B3	C7	D4	C8 C9
Proxecto	Desenvolvemento, paso a paso, da segunda parte dun proxecto de medición da eficacia.	40 A3	B3	C7	D4	C8 C9
Observación sistemática	Seguemento do desempeño do alumno/a na aula: asistencia, participación, aproveitamento, comportamento e evolución	20 A3	B3	C7	D4	C8 C9

### Outros comentarios sobre a Avaliación

#### AVALIACIÓN CONTINUA

Avaliación baseada na participación activa do alumno e na entrega dos traballos requiridos ao longo do curso.

Avaliación global do proceso de aprendizaxe e adquisición de competencias e coñecementos a través de probas presenciais nas datas oficiais aprobadas polo centro.

Será preciso obter polo menos un 50% da puntuación total de todas as partes avaliáveis para superar a materia.

#### AVALIACIÓN GLOBAL

O alumnado deberá informar o docente da súa renuncia expresa ao sistema de avaliación continúa no prazo establecido polo centro para tal fin, achegando cuberto e asinado o documento habilitado para tal fin.

A proba de avaliación global realizarase na data e horarios previstos polo centro no calendario de exames oficial. O estudante deberá superar todas e cada unha das probas de avaliación previstas que se detallan a continuación obtendo unha cualificación mínima do 50% en cada unha delas. Dada a extensión das probas o alumnado que se acolla a avaliación global deberá dispoñer de 4 horas para a realización das mesmas a partir da hora oficial de inicio do exame da materia segundo o calendario oficial.

Breve descrición das probas:



Proba 1. Proba de exame sobre os contidos teóricos impartidos na materia. A proba ten un valor do 20% sobre o total da nota sendo preciso obter unha cualificación mínima do 50% da mesma para aprobar esta parte.

Proba 2. Desenvolvemento, paso a paso, da primeira parte dun proxecto de medición da eficacia. O traballo ten un valor do 40% sobre o total da cualificación. Debe obterse unha cualificación mínima do 50% para superar esta parte. O traballo será entregado na data e horario do exame. O detalle dos contidos do traballo, metodoloxías e criterios de avaliación serán facilitados aos estudantes de avaliación global unha vez finalizado o prazo de renuncia expresa á avaliación continua.

Proba 3. Desenvolvemento, paso a paso, da segunda parte dun proxecto de medición da eficacia. O traballo ten un valor do 40% sobre o total da cualificación. Debe obterse unha cualificación mínima do 50% para superar esta parte. O traballo será entregado na data e horario do exame. O detalle dos contidos do traballo, metodoloxías e criterios de avaliación serán facilitados aos estudantes de avaliación global unha vez finalizado o prazo de renuncia expresa á avaliación continua.

Resumo das probas e porcentaxe de valoración global do conxunto de tarefas:

Proba 1. Proba de exame. Valoración do 20% sobre o total da nota.

Proba 2. Proxecto. Valoración do 40% sobre o total da nota.

Proba 3. Proxecto. Valoración do 40% sobre o total da nota.

Os estudantes deberán obter unha cualificación mínima do 50% en todas as probas para superar a materia. A información sobre as probas de avaliación, o seu formato, extensión, rúbrica de avaliación e canles de entrega serán detalladas a través da plataforma Moovi.

É responsabilidade do alumno ou alumna estar atento á información subida e recompilar a información específica e complementaria que sexa precisa para superar a materia.

## SEGUNDA OPORTUNIDADE

O sistema de avaliación é o mesmo en todas as convocatorias.

---

### **Bibliografía. Fontes de información**

#### **Bibliografía Básica**

SAINZ DE VICUÑA ACÍN, Jose María, **El plan de marketing digital en la práctica**, 3, ESIC, 2018

ESTRELLA RAMÓN, Antonia y SEGOVIA LÓPEZ, Cristina, **Comunicación integrada de marketing**, 1, ESIC, 2017

MERODIO, Juan, **Estrategia y táctica empresarial en redes sociales**, 1, LID Editorial, 2017

MEJÍA LLANO, Juan Carlos, **La guía avanzada del Community Manager**, 2, Anaya Multimedia, 2016

ROJA, Pedro y Redondo, María, **Cómo monetizar las redes sociales**, 1, LID Editorial, 2017

BLANCHARD, Olivier Jean, **El retorno de la inversión en social media**, 1, Anaya Multimedia, 2018

KAUSHIK, Avinash, **Analítica Web 2.0**, 4, Gestión2000, 2017

GOROSTIZA, J. y BARAINCA, A., **Google Analytics. Mide y vencerás**, 1, Anaya Multimedia, 2016

LÓPEZ CUESTA, Óscar, **Data Management Platform (DMP). Big data aplicado a las campañas online, audiencias y personalización web**, 1, ESIC, 2018

#### **Bibliografía Complementaria**

CAVALLER, Víctor; SÁNCHEZ-AÑO, Silvia; CODINA, Lluís y PEDRAZA, Rafael, **Estrategia y gestión de la comunicación online y offline**, 3, Editorial UOC, 2014

SOMALO, Nacho, **Marketing digital que funciona**, 1, LID Editorial, 2017

RAMOS, Juanjo, **E-Commerce 2.0**, 1, GDPublishers, 2017

SOLIS, A, **SEO. LAs claves esenciales**, 3, Anaya Multimedia, 2016

SERRANO-COBOS, Jorge, **SEO. Introducción a la disciplina del posicionamiento en buscadores**, 3, Editorial UOC, 2015

GONZÁLEZ, Philippe, **Instagram. Mucho más que fotos**, 1, Anaya Multimedia, 2018

ARCILA CALDERÓN, Carlos; BARREDO IBÁÑEZ, Daniel y CASTRO, Cosette (coordinadores), **Analítica y visualización de datos en Twitter**, 1, Editorial UOC, 2017

OCDE, **Perspectivas de la OCDE sobre la Economía Digital 2017**, 1, OCDE, 2017

---

David Ayala, **Visibilidad online: Inmortaliza tu marca**, ANAYA MULTIMEDIA, 2020

Fernando Maciá Domene, **SEO Avanzado. Casi todo lo que sé sobre posicionamiento web**, ANAYA MULTIMEDIA, 2020

Daniel Rowles, **Digital Branding**, Teell Editorial, 2018

Ana Fernández Pardo, **Marca busca Egoblogger. Las nuevas estrategias de comunicación digital**, Grupo Anaya, 2015

Kawasaki, Guy; Fitzpatrick, Peg, **The Art of Social Media: Power Tips for Power Users**, Editorial: Portfolio, 2014

---

### **Recomendacións**

#### **Materias que continúan o temario**

Dirección estratéxica de comunicación dixital/P04M176V01102

Traballo Fin de Máster/P04M176V01206

#### **Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

Estratexia de contidos/P04M176V01103

#### **Materias que se recomenda ter cursado previamente**

Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais/P04M176V01101

<b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>				
<b>Digital Media Planning</b>				
Materia	Digital Media Planning			
Código	P04M176V01106			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociales y Creación de Contenidos Digitales			
Descriptores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castellano Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad Dpto. Externo			
Coordinador/a	Badenes Plá, Vicente			
Profesorado	Badenes Plá, Vicente Villarino Espino, Elena			
Correo-e	vbadenes@uvigo.es			
Web				
Descripción xeral	Introducción general a la planificación de medios digitales. reflexión sobre lo nuevo contexto mediático, actores participantes, medios y soportes, tipologías, formatos. El día a día de la planificación de medios en la agencia, interlocución con medios y cliente, procesos, herramientas, contratación, seguimiento.			

### **Resultados de Formación y Aprendizaje**

<b>Resultados de Formación y Aprendizaje</b>	
Código	
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
C8	Capacidad de interpretación y análisis de métricas sociales.
C9	Capacidad para evaluar la eficacia y retorno de las acciones en medios digitales y redes sociales.
C10	Capacidad para seleccionar y contratar canales de difusión de campañas de comunicación en medios digitales y sociales
D3	Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos

### **Resultados previstos en la materia**

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar y segmentar audiencias digitales en base a objetivos previos.	C8
Diseñar una estrategia de contenidos en medios sociales.	C9 C10
Detectar tendencias en contenidos digitales e implementarlas en una estrategia propia.	A3 C9
Contratar campañas en medios sociales.	C10 D3

### **Contenidos**

Tema

Tema 1: Introducción general a la planificación de medios digitales	<p>Media planning en un mundo digital          Penetración y uso de los medios digitales          Principales actores del mercado publicitario online          Inversión online          Claves de la planificación de medios online          Terminología clave. KPIs          Tipologías de medios digitales          Descripción, características, ventajas e inconvenientes          Google, SEM &amp; SENO          Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, Amazon. Otras redes.          Formatos de la publicidad digital          Introducción a compra programática y RTB          Integración 360º ON &amp; OFF          Tendencias de mercado: de lo adblocker a el branded content          Casos de estudio</p>
Tema 2. La visión de la agencia.	<p>Medición en las campañas digitales: entorno cookieless &amp; iOS14          Terminología clave. KPIs          Modelos de Compra          Formatos de publicidad digital          Introducción: SEO vs SEM          Conociendo en profundidad Meta, Youtube, Twitter, TikTok. Otras redes.          Casos prácticos desde las plataformas: estructura y montaje de campañas.          Introducción a la compra programática e RTB. Amazon y Twitch.          Seguimiento, optimización e informes de campaña</p>

<b>Planificación</b>			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	5	8	13
Trabajo tutelado	9	40	49
Prácticas con apoyo de las TIC	5	8	13

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

<b>Metodoloxías</b>	
	Descrición
Seminario	Actividad enfocada al trabajo sobre un tema específico, que permite ahondar o complementar los contenidos de la materia. Se pueden emplear como complemento de las clases teóricas.
Trabajo tutelado	El/La estudiante, de manera individual o en grupo, elabora un documento sobre la temática de la materia y prepara seminarios, investigaciones, memorias, ensayos, resúmenes de lecturas, conferencias, etc. Ver detalle en sistema de evaluación.
Prácticas con apoyo de las TIC	

<b>Atención personalizada</b>	
Metodoloxías	Descrición
Seminario	Durante los seminarios se fomentará el debate y la participación activa del alumnado
Trabajo tutelado	El seguimiento de los trabajos comprende sesiones presenciales/síncronas y actividades desarrolladas dentro del marco desarrollado por los docentes.
Prácticas con apoyo de las TIC	

<b>Evaluación</b>					
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Seminario	Asistencia presencial a las sesiones de Digital Media Planning.	20	A3	C8 C9 C10	D3
Trabajo tutelado	Trabajo sobre contenidos explicados en la sesión presencial	40	A3	C8 C9 C10	D3
Prácticas con apoyo de las TIC	Práctica utilizando o basada en una herramienta TIC.	40	A3	C8 C9 C10	D3

**Outros comentarios sobre a Avaliación**

## **Sistema de evaluación continua**

### Prácticas y porcentaje de valoración

P1. Práctica 1. Valoración del 40% sobre el total de la nota. La información sobre las tareas a realizar, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán explicadas presencialmente en el aula y/o a través de la plataforma Moovi.

P2. Práctica 2. Valoración del 40% sobre el total de la nota. La información sobre las tareas a realizar, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán explicadas presencialmente en el aula y/o a través de la plataforma Moovi.

A1. Asistencia a las sesiones en el aula. Valoración del 20% sobre el total de la nota. En todas las sesiones de la asignatura se tomará nota de los miembros asistentes (Hoja de firmas indicando nombre, DNI y firma). Esta será la evidencia para demostrar la asistencia y la única vía para optar al 20% de valoración.

$P1(40\%) + P2(40\%) + A1(20\%) = 100\%$  de la nota

## **Segunda oportunidad. Breve descripción**

La/os estudiantes que cursen evaluación continua deberán superar en segunda convocatoria todas aquellas metodologías o pruebas que no superaran en primera convocatoria.

A efectos de coordinar la segunda oportunidad, el alumnado deberá contactar con el docente responsable de la memoria, quien establecerá las pruebas pertinentes bien sea en Moovi, o de forma presencial durante la fecha establecida y aprobada en Junta de Facultad.

Las condiciones de segunda oportunidad descritas aquí se aplican para el resto de convocatorias sucesivas.

## **Sistema de evaluación global**

El sistema de evaluación por defecto de la Universidad de Vigo es el sistema de evaluación continua. Aquellos alumnos que opten por el sistema de evaluación global deberán seguir las siguiente pautas.

Pautas formales imprescindibles previas a la evaluación:

El alumnado deberá informar al docente de su renuncia expresa al sistema de evaluación continua en el plazo establecido por el centro, adjuntando cubierto y firmado el documento habilitado para tal fin.

Pautas el día de la evaluación:

La prueba de evaluación global se realizará en la fecha y horarios previstos por el centro en el calendario de exámenes oficial y evaluará de forma sistemática todas las metodologías y pruebas establecidas en la guía docente. El estudiante deberá superar todas y cada una de las pruebas de evaluación previstas obteniendo una cualificación mínima de 5 puntos en cada una de ellas.

### Prácticas y porcentaje de valoración

P1. Práctica 1. Valoración del 40% sobre el total de la nota. La información sobre las tareas a realizar, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán explicadas presencialmente en el aula y/o a través de la plataforma Moovi.

P2. Práctica 2. Valoración del 40% sobre el total de la nota. La información sobre las tareas a realizar, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán explicadas presencialmente en el aula y/o a través de la plataforma Moovi.

P3. Práctica 3. Valoración del 20% sobre el total de la nota. La información sobre las tareas a realizar, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán explicadas presencialmente en el aula y/o a través de la plataforma Moovi.

$P1(40\%) + P2(40\%) + P3(20\%) = 100\%$  de la nota

La información sobre las pruebas de evaluación, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán detalladas a través de la plataforma Moovi. Es responsabilidad del alumno/a estar atento a la información subida y recopilar la información específica y complementaria que sea precisa para superar la materia.

## **Otros aspectos a tener en cuenta**

Esta materia se imparte en régimen PRESENCIAL por lo que es un deber de los estudiantes asistir a las sesiones docentes en el horario establecido por el centro.

Como ya se ha indicado al explicar el sistema de evaluación continua, en todas las sesiones se tomará nota de los miembros asistentes (Hoja de firmas indicando nombre, DNI y firma).

La presente normativa es aplicable a todos los alumnos y alumnas matriculados en esta materia SIN EXCEPCIÓN

La guía docente presenta el planteamiento general de la asignatura. Por motivos de extensión y ante la imposibilidad de subir documentación complementaria en la plataforma Docnet, los detalles más concretos sobre el sistema de evaluación global se gestionarán en tiempo y forma a través de la plataforma Moovi.

Para todo lo no contemplado y/o detallado de forma expresa en esta guía, se tomará como referencia las indicaciones del Reglamento 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). Disponible en:  
<https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/normativa/public/show/565>

---

### **Fuentes de información**

#### **Bibliografía Básica**

Anthony Young, **Brand Media Strategy**, Palmgrave Macmillan, 2010

#### **Bibliografía Complementaria**

George S. Day, **Reinventar la empresa en la era digital**, BBVA, 2018

Joseph Straubhaar, Robert LaRose, Lucinda Davenport, **Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology**, 7ª, Wadsworth, 2012

IAB, **IAB Spain: <https://iabspain.es/estudio>**, IAB,

AIMC, **Estudio navegantes en la red**, AIMC, 2022

---

### **Recomendaciones**

#### **Materias que se recomienda cursar simultaneamente**

Análisis de métricas y evaluación de la eficacia en medios digitales/P04M176V01105

---

### **Outros comentarios**

No

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Xestión, edición e publicacións de contidos con CMS**

Materia	Xestión, edición e publicacións de contidos con CMS			
Código	P04M176V01107			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS 3	Sinale OB	Curso 1	Cuadrimestre 1c
Lingua de impartición	#EnglishFriendly Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo			
Coordinador/a	Martínez Rolán, Luís Xabier			
Profesorado	García Ariza, Alberto José Martínez Rolán, Luís Xabier			
Correo-e	xabier.rolan@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Esta materia recolle as guías e pautas básicas para comprender e realizar desenvolvementos web a través de HTML + CSS e o uso de xestores de contidos como Wordpress			

**Resultados de Formación e Aprendizaxe**

Código	
B1	Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares
C11	Capacidade para implementar, adaptar e manter os sistemas de xestión de contidos (CMS) de referencia.
C12	Capacidade para redactar contidos de marca para blogues, webs e redes sociais dentro da estratexia de comunicación dixital dunha organización.
C14	Coñecemento dos elementos técnicos, legais, narrativos e artísticos para a creación e publicación de fotografías, gráficos, vídeo, audio e animación na internet e redes sociais.
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
Comprender como funciona internet, a arquitectura cliente-servidor.	C11
Ser capaz de identificar os diferentes erros detrás dunha páxina web.	C12
Dominar as técnicas de redacción para web e blogs.	B1 C11
Crear unha páxina web cun CMS con pautas específicas.	C11 D5
Adaptar unha web / blog ás necesidades requiridas.	C14 D5
Personalizar o aspecto gráfico dunha páxina web / blog.	B1 D5

**Contidos**

Tema	
Principios do deseño web	Como funciona internet. Introducción aos CMS Nocións elementales de deseño web Como escribir para web /blogs.
HTML e CSS	Usos das etiquetas HTML máis importantes, estrutura dos arquivos, semántica, etc. A importancia dos estándares web (W3C) e diferencias entre navegadores. Responsive, web apps, e servizos que se poden facer con tecnoloxía web Introdución á accesibilidade web Conceptos fundamentais de CSS (document flow) + novidades (CSS Grid, Flexbox...)

WordPress

Configuración de un CMS autoalojado: dominio, hosting, CPanel.

Personalización e optimización dun CMS autoalojado: funcionalidades (plugins, widgets), aspecto gráfico (templates), SEO.

Resolución de principais problemas dun CMS autoalojado

Outros CMS Introducción a CMS Orientados a e-commerce

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	12	28	40
Seminario	10	3	13
Traballo	0	10	10
Observación sistemática	2	0	2
Traballo	0	10	10

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

### Metodoloxía docente

	Descrición
Traballo tutelado	O/A estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento web en formato HTML + CSS e desenvolve unha páxina web cun CMS a definir polo docente ao inicio do curso
Seminario	Actividade enfocada ao traballo sobre un tema específico, vinculado ao desenvolvemento web con CMS e / ou tecnoloxías HTML + CSS

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballo tutelado	Os alumnos poderán establecer contacto co profesor ben de forma presencial no horario de titorías asignado ou ben a través da plataforma online que o docente utilice para a impartición online da materia.
Probas	Descrición
Traballo	O estudante desenvolve exercicios ou proxectos fóra da aula, baixo as directrices e supervisión e mentoring dos docentes ou reputados expertos na materia, preparando e presentando supostos de índole práctica.
Traballo	O estudante desenvolve exercicios ou proxectos fóra da aula, baixo as directrices e supervisión e mentoring dos docentes ou reputados expertos na materia, preparando e presentando supostos de índole práctica.

### Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Traballo	Elaboración dunha páxina web completamente funcional con WordPress (40%)	40	C11 C14	D5
Observación sistemática	Asistencia e participación na aula e / ou en actividades programadas.	20	B1 C12	D5
Traballo	Elaboración dunha landing page dende o inicio máis básico empregando HTML + CSS e os recursos web indicados nas sesións teóricas (40%)	40	C11 C14	D5

### Outros comentarios sobre a Avaliación

"Outros comentarios sobre a Avaliación"

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).

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. A asistencia avalíase na metodoloxía de observación sistemática

Na segunda convocatoria e sucesivas, cada traballo terá un peso do 50% e non se avaliará a observación sistemática.

## 2.- Descrición concisa da segunda oportunidade.

O/a estudante que curse avaliación continua deberá superar en segunda convocatoria os traballos 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 as metodoloxías e probas establecidas na guía docente para a segunda convocatoria, e terá unha duración total de 5h.

No caso de habilitarse a entrega previa de traballos deberá acordarse coa persoa responsable da materia con suficiente antelación.

## 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**

Xabier Martínez Rolán, **Diseño de Páginas Web: WordPress para todos los públicos**, UOC, 2019

#### **Bibliografía Complementaria**

Sabin-Wilson, L., **WordPress for dummies**, John Wiley & Sons., 2011

Aubry, C., **WordPress 3: un CMS para crear su sitio Web.**, Ediciones ENI, 2011

Cobo, S., & Juárez, S. C., **Internet para periodistas: kit de supervivencia para la era digital**, Editorial UOC, 2012

Giralt, M. L., **Introducción al HTML y al CSS.**, 2011

Gauchat, J. D., **El gran libro de HTML5, CSS3 y Javascript.**, Marcombo, 2012

Jeremy Keith, **Resilient web design**, 2017

---

Javier Eguiluz Pérez, **Introducción a CSS**, 2009

---

Thord Daniel Hedengren, **Smashing WordPress Themes: Making WordPress Beautiful**, John Wiley & Sons Ltd,

---

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

---

---

## **Recomendacións**

---

### **Materias que se recomienda cursar simultaneamente**

---

Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes/P04M176V01204

Deseño para medios dixitais/P04M176V01201

Fotografía para web e redes sociais/P04M176V01109

Redación para medios dixitais e redes sociais/P04M176V01108

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Redación para medios dixitais e redes sociais**

Materia	Redación para medios dixitais e redes sociais			
Código	P04M176V01108			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS 3	Sinale OB	Curso 1	Cuadrimestre 1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Dpto. Externo Psicoloxía evolutiva e comunicación			
Coordinador/a	Domínguez Quintas, Susana Elisa			
Profesorado	Alende Castro, Silvia Domínguez Quintas, Susana Elisa Velásquez Fernández, Wajari			
Correo-e	squintas@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A materia Redación para medios dixitais e redes sociais orientará ao alumno ao redor dos contidos teóricos e prácticos necesarios para adquirir as competencias necesarias para redactar e publicar contidos textuais na web e nas redes sociais.			

**Resultados de Formación e Aprendizaxe**

Código	
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións [e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan] a públicos especializados e non especializados dun modo claro e sen ambigüidades.
C12	Capacidade para redactar contidos de marca para blogues, webs e redes sociais dentro da estratexia de comunicación dixital dunha organización.
C13	Coñecemento das técnicas e usos da redacción e maquetación de contidos para internet.
D1	Capacidade para comprender o significado e aplicación da perspectiva de xénero nos distintos ámbitos de coñecemento e na práctica profesional co obxectivo de alcanzar unha sociedade máis xusta e igualitaria.
D2	Capacidade para comunicarse por oral e por escrito en lingua galega
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.

**Resultados previstos na materia**

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Redactar contidos de marca para blogs, webs e redes sociais dentro da estratexia de comunicación dixital dunha organización.	C12 D2
Usar ferramentas de axuda á escritura en galego e español.	C13 D2
Identificar os límites legais e éticos na redacción e publicación de textos.	D1 D4
Identificar o ton adecuado da comunicación en redes sociais segundo cliente e público.	A4

**Contidos**

Tema	
Tema I.- O uso da linguaxe, estilo, xéneros e estrutura dos contidos textuais na rede.	-
Tema II.- Xerar impacto no destinatario. Copywriting e escritura persuasiva.	-
Tema III.- SEO técnico, WordPress e redacción para buscadores	-

**Planificación**

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	11	10	21
Traballo tutelado	12	20	32

Observación sistemática	0	2	2
Traballo	0	8	8
Traballo	0	6	6
Traballo	0	6	6

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

### Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Nestas sesións desenvolveranse os contidos teóricos da materia, fomentando a participación do alumnado.
Traballo tutelado	Os docentes proporán aos alumnos temas de traballo tutelado en clase, para desenvolver os contidos propostos nos seminarios.

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario	Nestas sesións desenvolveranse os contidos teóricos da materia, fomentando a participación do alumnado.
Traballo tutelado	Os docentes proporán aos alumnos temas de traballo tutelado en clase, para desenvolver os contidos teóricos propostos e traballados nos seminarios.

### Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Observación sistemática	Percepción atenta, racional, planificada e sistemática para describir e rexistrar as manifestacións do comportamento do alumnado.	10		C13	D1 D2
Traballo	O ou a estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento sobre a temática da materia ou prepara seminarios, investigacións, memorias, ensaios, resumos de lecturas, conferencias, etc. sobre a primeira parte da materia.	30	A4	C12	D1 D2 D4
Traballo	O ou a estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento sobre a temática da materia ou prepara seminarios, investigacións, memorias, ensaios, resumos de lecturas, conferencias, etc. sobre a segunda parte da materia.	30	A4	C12	D1 D2 D4
Traballo	O ou a estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento sobre a temática da materia ou prepara seminarios, investigacións, memorias, ensaios, resumos de lecturas, conferencias, etc. sobre a terceira parte da materia.	30	A4	C12	D1 D2 D4

### Outros comentarios sobre a Avaliación

Todos os alumnos e alumnas deben superar cada un dos items de avaliación propostos, con polo menos o 50% da nota posible, para poder superar a materia. De non ser así se suspenderá. Na segunda oportunidade se terá en conta o mesmo sistema de avaliación e criterios establecidos na primeira convocatoria.

É necesario entregar todos os traballos propostos para aprobar a materia, tanto na primeira como na segunda convocatoria.

### AVALIACIÓN GLOBAL DA MATERIA

**O alumnado deberá informar o docente da súa renuncia expresa ao sistema de avaliación continua no prazo establecido polo centro, achegando cuberto e asinado o documento habilitado para tal fin.**

A proba de avaliación global realizarase na data e hora fixada polo centro no calendario oficial de exames. O/o alumno/a deberá superar todas e cada unha das probas de avaliación previstas que se detallan a continuación, obtendo unha cualificación mínima de 5 puntos sobre 10 en cada unha delas.

Dada a extensión das probas, os/as alumnos/as que realicen a avaliación global deberán dispoñer de 4 horas para realízalas desde a hora oficial de inicio do exame da materia segundo o calendario oficial.

Breve descrición das probas globais.

Proba 1. **Exame teórico.** O exame teórico, que se fará na hora sinalada como inicio da proba no calendario oficial, ten un valor do 40% da nota total e é necesario obter unha cualificación mínima de 5 puntos sobre 10 para aprobar esta parte. Unha cualificación máis baixa non servirá como media con outras probas.

Proba 2. **Actividade práctica.** Unha vez finalizado o exame teórico e tras realizar un descanso de 15 minutos, os/as alumnos/as de avaliación continua deberán asistir á sala de prácticas habitual co docente e alí dispoñerán de 3 horas (desde a hora de inicio da proba) para realizar tres actividades prácticas similares ás que realizaron os/as alumnos/as de avaliación continua. Cada unha delas terá un valor do 20% da nota total. Para superar esta parte é necesario obter unha cualificación mínima de 5 sobre 10 puntos en cada un dos traballos. Unha cualificación máis baixa non servirá como media con outras probas.

---

## **Bibliografía. Fontes de información**

### **Bibliografía Básica**

### **Bibliografía Complementaria**

Álvarez Ramos, Eva, **El lenguaje periodístico cultural: nuevas plataformas, nuevos paradigmas**, Centro Internacional de Lexicografía, 2015

Bounegru, Liliana; Gray, Jonathan; Venturini, Tommaso y Mauri, Michele, **A Field Guide to "Fake News" and Other Information Disorders**, Public Data Lab., 2017

Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (coords.), **Manual de redacción ciberperiodística**, Ariel, 2003

Elogia y iabSpain, **Estudio de redes sociales 2022**, 2022

Franco, Guillermo, **Cómo escribir para la web**, Knight Foundation, 2008

Kerpen, Dave, **Me gusta: redes sociales: cómo encantar a tus clientes y crear una marca atractiva para las redes sociales**, 3ª, McGraw-Hill, 2021

Mastroianni, Bruno, **La disputa feliz: cómo disentir sin pelearse en las redes sociales, en los medios y en público**, Rialp, 2019

Orihuela, José Luis, **Recursos, directrices y claves para la redacción en medios digitales**,

Pérez Tornero, José Manuel y Tejedor, Santaigo (Dirs.), **Escribir para la red. Reflexiones sobre la nueva (y vieja) escritura informativa [online]**, Universidad Autónoma de Barcelona, 2014

Salaverría, Ramón, **Redacción periodística en internet**, Eunsa, 2006

Tascón, Mario, **Escribir en Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales**, Ed. Galaxia Gutenberg, 2012

VV. AA., **Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem**, Libro de actas de Congreso. Annenberg School for C, 2017

Wardle, Claire y Derakhshan, Hossein, **Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**, Consejo de Europa, 2017

**Recursos y herramientas para escritores y gestión de redes**,

---

## **Recomendacións**

### **Materias que se recomienda cursar simultaneamente**

Xestión, edición e publicacións de contidos con CMS/P04M176V01107

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Fotografía para web e redes sociais**

Materia	Fotografía para web e redes sociais			
Código	P04M176V01109			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS 3	Sinale OB	Curso 1	Cuadrimestre 1c
Lingua de impartición	#EnglishFriendly Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo			
Coordinador/a	Fraga Pérez, Andrés			
Profesorado	Fraga Pérez, Andrés Pato Roca, Alba			
Correo-e	andres.fraga.perez@uvigo.gal			
Web				
Descrición xeral	A asignatura centráse na produción e xestión de recursos fotográficos para medios dixitais e redes sociais con especial atención ao aproveitamento e á optimización de imaxes en función do seu uso.			

**Resultados de Formación e Aprendizaxe**

Código				
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións [e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan] a públicos especializados e non especializados dun modo claro e sen ambigüidades.			
C14	Coñecemento dos elementos técnicos, legais, narrativos e artísticos para a creación e publicación de fotografías, gráficos, vídeo, audio e animación na internet e redes sociais.			
C15	Coñecemento sobre as ferramentas e dispositivos de fotografía, gravación de vídeo e audio, edición e distribución, optimizadas para internet e redes sociais.			
C16	Capacidade para rexistrar, editar e distribuír fotografía, vídeo e audio de acordo con estándares optimizados para internet e as distintas redes sociais.			
D1	Capacidade para comprender o significado e aplicación da perspectiva de xénero nos distintos ámbitos de coñecemento e na práctica profesional co obxectivo de alcanzar unha sociedade máis xusta e igualitaria.			
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.			

**Resultados previstos na materia**

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Realizar fotografías para blogs, webs e redes sociais dentro da estratexia de comunicación dixital dunha organización.	C14 D1
Usar ferramentas e dispositivos para a captura de imaxes e a edición.	C15 C16
Identificar os límites legais e éticos na toma e publicación de fotografías.	C14 D1 D4
Identificar o ton adecuado da comunicación gráfica en redes sociais segundo cliente e público.	A4 D4

**Contidos**

Tema		
Introdución á linguaxe visual	A imaxe na contorna dixital. Descrición da linguaxe visual. Proceso de construción da imaxe. Ferramentas da linguaxe visual. Libro de estilo.	
Deseño	Análise de contido. Web: arquitectura, temáticas e frecuencias. Redes, importancia dos formatos . Newsletters. Planificación.	
Produción e sesión	Fontes de produción de fotografías. Fotógrafo propio, externo, stock, colaboradores e usuarios. Deseño de unha sesión en base a tipoloxía do traballo, nº de fotos, equipo técnico preciso, equipo humano e necesidades de produción.	

Xestión	Definición de Imaxe dixital. Dimensión, profundidade, espazo de cor, formato e peso. Documentación e arquivo das imaxes, EXIF e FTP. ferramentas de traballo. Fluxo de traballo. Diferenciar entre post-produción e retoque. Seguridade e Backup.
Casos prácticos	Xestión das imaxes en diferentes clientes no entorna da axencia.

<b>Planificación</b>			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	12	19	31
Resolución de problemas	0	4	4
Traballo tutelado	6	34	40

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

<b>Metodoloxía docente</b>	
	Descrición
Seminario	Seminario Nas sesións de seminario abordaranse e discutiranse os conceptos nos que se fundamenta o traballo tutelado da materia e expóranse os avances no traballo tutelado.
Resolución de problemas	Deseño dunha estratexia fotográfica para seu uso en redes sociais e webs do proxecto propio. O alumnado terá que deseñar un proxecto de contido principalmente fotográfico: escoller unha liña estética e argumental, definir as tipoloxías de traballo e unha planificación.
Traballo tutelado	Creación de un perfil de Instagram seguindo os parámetros definidos na estratexia previamente realizada.

<b>Atención personalizada</b>	
Metodoloxías	Descrición
Traballo tutelado	O docente atenderá as consultas do alumnado nas sesións presenciais dedicadas ao seguimento dos proxectos.
Seminario	O docente fomentará a participación do alumnado nas sesións de seminario.

<b>Avaliación</b>				
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Seminario	Asistencia e participación activa nas sesións presenciais de seminario e defensa das presentacións que se fagan o longo do curso coa evolución do traballo tutelado.	30	A4	D1 D4
Resolución de problemas	Deseño dunha estratexia fotográfica para seu uso en redes sociais e webs do proxecto propio. O alumnado terá que deseñar un proxecto de contido principalmente fotográfico: escoller unha liña estética e argumental, definir as tipoloxías de traballo e unha planificación.	30		C14 C15 C16 D4
Traballo tutelado	Creación de un perfil de Instagram seguindo os parámetros definidos na estratexia previamente realizada.	40		C14 C15 C16 D1 D4

### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

#### Avaliación continua

O alumnado 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

A avaliación realízase sobre unha serie de probas que engloban tanto a parte teórica como a práctica. A ponderación de estas probas distribúese da seguinte maneira:

- 50%: Exame teórico

- 50%: Deseño dunha estratexia fotográfica para seu uso en redes sociais e webs do proxecto propio. Creación de un perfil de Instagram seguindo os parámetros definidos na estratexia previamente realizada.

Os traballos entregaranse a través da plataforma Moovi

---

**Bibliografía. Fuentes de información**

---

**Bibliografía Básica**

---

Salked, Richard, **Cómo leer una fotografía**, Gustavo Gili, 2011

---

Sarvas, Risto y Frohlich, David M., **From Snapshots to Social Media - The Changing Picture of Domestic Photography**, Springer, 2011

---

Gaalen, Anneloes, **Never Photograph People Eating**, BIS Publishers, 2013

---

**Bibliografía Complementaria**

---

---

**Recomendacións**

---



**DATOS IDENTIFICATIVOS****Emprendemento en social media**

Materia	Emprendemento en social media			
Código	P04M176V01110			
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	#EnglishFriendly Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo			
Coordinador/a	Legerén Lago, Beatriz			
Profesorado	Aira Amorín, Adrián Legerén Lago, Beatriz Velásquez Fernández, Wajari			
Correo-e	blegeren@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Esta materia recolle as guías e pautas básicas para aprender a empender, tanto por conta propia como a través de proxectos empresariais con máis persoas e / ou socios, dende os aspectos xurídico, fiscal e humano			

**Resultados de Formación e Aprendizaxe**

Código	
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun modo que haberá de ser en gran medida autodirigida ou autónoma.
B1	Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares
B2	Capacidade de liderado
C19	Coñecemento dos contextos e procesos do emprendemento empresarial.
C20	Capacidade para elaborar un plan de negocio.
D3	Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos

**Resultados previstos na materia**

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar os contextos e procesos do emprendemento empresarial.	C19
Elaborar un plan de negocio.	A5 C20
Elaborar propostas a clientes.	C19 D3
Integrarse en equipos de traballo multidisciplinares.	B1
Liderar equipos.	B2

**Contidos**

Tema	
Traballo por conta allea. O capital humano da empresa	A conversión da idea de negocio á empresa.  Xestión no crecemento dunha empresa: de traballar so a ter persoas ao teu cargo.  Como xestionar o capital humano dunha empresa. O día a día do xestor de proxectos dende o punto de vista dos traballadores Negociación e liderazgo
Traballo por conta propia	Experiencia profesional como autónomo. Gastos e trámites de xestión. Seguridade Social. Facturación.

Traballo por conta allea. Xestión de proxectos	Dirección empresarial. Plan de negocio. Modelos de contratos e conceptos xurídicos básicos. Financiación. A xestión da comunicación do xestor de proxectos. Dende o cliente ata o equipo de traballo. Organización do material e fluxo de traballo dos proxectos
Como desenvolver unha carreira no sector dixital	perfiles demandados, saídas profesionais, habilidades requeridas, aprendizaxe continuo e como aprender a buscar traballo
Como financiar un proxecto dixital	startups, ecommerce, unicórnios e rondas de financiamento

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	7	30	37
Seminario	13	13	26
Traballo	0	8	8
Observación sistemática	4	0	4

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

### Metodoloxía docente

	Descrición
Traballo tutelado	O/A estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento vinculado co plan de negocio dunha empresa ou proxecto de emprendemento propio
Seminario	Actividade enfocada ao traballo sobre un tema específico do plan de negocio, conceptos xurídicos do emprendemento ou a parte económica (facturación, orzamentos...) do mesmo

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballo tutelado	Os alumnos poderán establecer contacto co profesor ben de forma presencial no horario de titorías asignado ou ben a través da plataforma online que o docente utilice para a impartición online da materia.
Probas	Descrición
Traballo	O estudante desenvolve exercicios ou proxectos fóra da aula, baixo as directrices e supervisión e mentoring dos docentes ou reputados expertos na materia, preparando e presentando supostos de índole práctica.

### Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Traballo tutelado	Elaboración dun plan de negocio e manual de procedementos de empresa. (40%)	80	B1	C19 C20	D3
	Facer un pitch deck de 10 páxinas max. + vídeo se queren explicativo (punto extra) Obxectivo: aprender a vender a idea ou marca (40%)				
Observación sistemática	Asistencia e participación na aula e / ou en actividades programadas.	20	A5	B1 B2	

### Outros comentarios sobre a Avaliación

Os criterios de avaliación son os mesmos en todas as convocatorias.

Será preciso obter unha puntuación mínima do 50% en todas as partes avaliáveis para superar a materia.

### Bibliografía. Fontes de información

#### Bibliografía Básica

#### Bibliografía Complementaria

Godin, Seth, **El engaño de Ícaro. Hasta dónde quieres volar.**, Booket, 2000

Subra, Jean-Paul & Vannieuwenhuyze, Aurelien, **Scrum: Un metodo ágil para sus proyectos**, Ediciones ENI, 2018

Vilaseca, Borja, **El Principito se pone la corbata: una fábula de crecimiento personal (Empresa y Talento)**, Booket, 2011

García, Toni, **Autónomos: la guía definitiva**, BLACKIE BOOKS, 2014

---

## **Recomendación**

---

<b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>				
<b>Deseño para medios dixitais</b>				
Materia	Deseño para medios dixitais			
Código	P04M176V01201			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	#EnglishFriendly Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo			
Coordinador/a	Molares Cardoso, Julinda			
Profesorado	Molares Cardoso, Julinda Villamisar Fernández, Adriana			
Correo-e	jmolares@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A materia céntrase nos conceptos, ferramentas y fluxo de traballo para realizar actividades de deseño gráfico en medios dixitais e redes sociais.			

### Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan a públicos especializados e non especializados dun modo claro e sen ambigüidades.
C14	Coñecemento dos elementos técnicos, legais, narrativos e artísticos para a creación e publicación de fotografías, gráficos, vídeo, audio e animación na internet e redes sociais.
C17	Coñecemento sobre as ferramentas de deseño gráfico e visualización de datos optimizados para internet e redes sociais.
C18	Capacidade para elaborar deseños e infografías optimizadas para cada canle de comunicación dixital.
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.

### Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar os límites legais e éticos no deseño e publicación de gráfica en medios dixitais.	C14
Identificar o ton adecuado da comunicación gráfica en redes sociais segundo cliente e público.	A4 D4
Usar ferramentas de deseño gráfico de forma optimizada para internet e redes sociais.	C17 C18
Elaborar deseños optimizados para cada canle de comunicación dixital.	C17 C18

### Contidos

Tema
- Fundamentos e principios do deseño gráfico
- Compoñentes do proceso visual
- Estética e estilo na composición gráfica
- A importancia da marca na internet
- O proceso creativo e o pensamento conceptual
- Deseño para as canles de comunicación dixital: especificacións, optimización e formatos
- Creación dixital: ferramentas e recursos

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	2	51	53
Seminario	18	0	18

Observación sistemática	2	0	2
Traballo	1	0	1
Traballo	1	0	1

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

### Metodoloxía docente

	Descrición
Traballo tutelado	O alumnado desenvolverá un traballo de deseño dixital baixo as instrucións e supervisión do profesorado.
Seminario	Os seminarios de asistencia obrigatoria abordarán os aspectos teóricos da materia

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario	As docentes realizarán un seguimento do traballo do alumnado
Traballo tutelado	As docentes realizarán un seguimento do traballo do alumnado

### Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Observación sistemática	Asistencia a clase e participación	20	A4	C17	D4
Traballo	Desenvolvemento dun traballo relacionado coa creación dunha identidade corporativa gráfica	40	A4	C14 C17 C18	D4
Traballo	Aplicación da identidade corporativa gráfica a diferentes redes sociais	40	A4	C14 C17 C18	D4

### Outros comentarios sobre a Avaliación

#### EVALUACIÓN CONTINUA

Para aprobar a materia o alumnado debe entregar os 2 traballos nas datas indicadas polos docentes. Aquelas prácticas non entregadas na data indicada sen causa xustificada (causas recollidas o regulamento sobre avaliación, calificación e calidade da docencia aprobadas no claustro do 18 de abril de 2023), se considerarán suspensas e o alumno deberá entregalas na convocatoria de segunda oportunidade.

Cada un dos traballos prácticos se valorará sobre un máximo de 10 puntos e supón o 40% da avaliación da materia. É necesario obter unha cualificación mínima do 50% (5 puntos) en cada un dos traballos para aprobar esta parte. Unha vez publicadas as notas provisionais de cada práctica os docentes fixarán a súas datas de revisión, unha vez transcorridas a nota considérase definitiva.

A asistencia é obrigatoria, aqueles alumnos que teñan faltas de asistencia sen xustificar non poderán ser avaliados e constarán como suspenso nesta parte e terán que ir á convocatoria de segunda oportunidade. A asistencia e participación nas sesións supón o 20% da nota.

#### Requisitos para superar a materia

- Ter aprobados todos o traballos prácticos
- Asistencia e participación en clase

A nota final é o resultado das prácticas, non se poderá aprobar a materia con algunha parte suspensa.

#### SEGUNDA OPORTUNIDADE

Na data oficial do exame o alumno deberá entregar aqueles traballos que teña suspensos. Cada un dos traballos prácticos se valorará sobre un máximo de 10 puntos e supón o 40% da avaliación da materia.

É necesario obter unha cualificación mínima do 50% (5 puntos) en cada un dos traballos para aprobar esta parte.

A nota final é o resultado das prácticas e a asistencia a clase, non se poderá aprobar a materia con algunha parte suspensa.

#### EVALUACIÓN GLOBAL

O alumnado deberá informar ao docente sobre a súa renuncia ao sistema de avaliación continua no prazo establecido polo centro para tal fin, achegando cuberto e asinado (por ambas as partes, alumno e docente) o documento habilitado. Fóra do prazo previsto polo centro o alumnado non podera acollerse a este sistema de avaliación.

A proba de avaliación global se realizará na data e horario previstos polo centro no calendario de exames oficial.

O alumno deberá superar todas e cada unha das probas de avaliación previstas que se detallan a continuación obtendo unha puntuación mínima de 5 puntos en cada unha delas, en caso contrario non será avaliado e a materia estará suspensa.

Dada a extensión das probas o alumnado que se acolla a avaliación global deberá dispor de 4 horas para a realización das mesmas a partir da hora oficial de inicio do exame da materia segundo o calendario oficial.

#### Descrición das probas

Proba 1. Exame teórico. Se realizará un exame teórico. O exame ten un valor do 40% sobre o total da nota sendo preciso obter unha cualificación mínima de 5 puntos para aprobar esta parte. Unha cualificación inferior non servirá como media coas outras probas.

Proba 2. Traballos prácticos. Facer entrega dos dous traballos propostos polos docentes. O conxunto dos traballos (2) ten un valor do 30% sobre o total da cualificación. Debe obterse unha cualificación mínima de 5 puntos en cada un dos traballos para superar esta parte. Unha cualificación inferior non servirá como media coas outras probas. Os traballos serán entregados na data e horario do exame. O detalle dos contidos dos traballos, metodoloxías e criterios de avaliación serán facilitados aos estudantes de avaliación global unha vez finalizado o prazo de renuncia expresa á avaliación continua.

Proba 3. Actividade práctica. Tras a elaboración do exame os estudantes deberán realizar actividades prácticas semellantes ás realizadas polos alumnos de avaliación continua, empregando os mesmos recursos e equipamentos empregados por estes. A proba durará un máximo de dúas horas desde o comezo da mesma. O detalle das probas así como os criterios de avaliación será remitido ao alumnado nun prazo non superior a un mes desde a renuncia efectiva a súa avaliación continua. A selección de actividades prácticas, no seu conxunto, ten un peso do 30% sobre o total da cualificación sendo preciso obter unha cualificación mínima de 5 puntos para aprobar esta parte. Unha cualificación inferior non servirá como media coas outras probas.

#### Resumo das probas e porcentaxe de valoración:

Proba 1. Exame. Valoración do 40% sobre o total da nota.

Proba 2. Traballos prácticos. Valoración do 30% sobre o total da nota.

Proba 3. Actividades prácticas. Valoración do 30% sobre o total da nota.

Os estudantes deberán obter unha cualificación mínima de 5 puntos en todas as probas.

---

#### **Bibliografía. Fontes de información**

##### **Bibliografía Básica**

##### **Bibliografía Complementaria**

Williams, Robin, **Diseño gráfico. Fundamentos**, Anaya Multimedia, 2008

Royo, Javier, **Diseño digital**, Paidós, 2004

Lupton, Ellen, **Tipografía en pantalla**, Gustavo Gili, 2014

Steane, Jamie, **Fundamentos del diseño interactivo**, Promopress, 2016

Gordon, B y Gordon M, **Manual de diseño gráfico digital**, Gustavo Gili, 2007

---

#### **Recomendacións**

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Infografía e visualización de datos**

Materia	Infografía e visualización de datos			
Código	P04M176V01202			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS 3	Sinale OB	Curso 1	Cuadrimestre 2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo			
Coordinador/a	Rodríguez Fernández, Fortunato			
Profesorado	Rodríguez Fernández, Fortunato Sabarís Sardón, Juan			
Correo-e	fortunatorf@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Conceptos, ferramentas e fluxo de traballo para a creación e publicación de infografías en medios dixitais e redes sociais.			

**Resultados de Formación e Aprendizaxe**

Código				
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.			
C14	Coñecemento dos elementos técnicos, legais, narrativos e artísticos para a creación e publicación de fotografías, gráficos, vídeo, audio e animación na internet e redes sociais.			
C17	Coñecemento sobre as ferramentas de deseño gráfico e visualización de datos optimizados para internet e redes sociais.			
C18	Capacidade para elaborar deseños e infografías optimizadas para cada canle de comunicación dixital.			
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.			

**Resultados previstos na materia**

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Interpretar e simplificar datos.	A3
Identificar os límites legais e éticos no deseño e publicación de infografías en medios dixitais.	C14
Identificar o ton adecuado da comunicación gráfica en redes sociais segundo cliente e público.	C14 D4
Usar ferramentas de deseño infográfico de forma optimizada para internet e redes sociais.	C17 C18
Elaborar deseños de infografía optimizados para cada canle de comunicación dixital.	C17 C18

**Contidos**

Tema		
1 - Infografía para internet e redes sociais: características e posibilidades.	Infografía para internet e redes sociais: características e posibilidades.	
2 - Deseño para redes sociais: especificacións e formatos	Deseño para redes sociais: especificacións e formatos	
3 - Ferramentas de infografía e visualización de datos optimizadas para internet e redes sociais	Ferramentas de infografía e visualización de datos optimizadas para internet e redes sociais	

**Planificación**

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	12	6	18
Resolución de problemas de forma autónoma	1	14	15
Traballo tutelado	6	35	41

Observación sistemática	1	0	1
-------------------------	---	---	---

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

Metodoloxía docente	
	Descrición
Seminario	Sesións teórico-prácticas adicadas a expoñer os principios xerais da materia, con exemplos e discusión dos mesmos
Resolución de problemas de forma autónoma	Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno/a debe desenvolver a análise e resolución dos problemas e/ou exercicios de forma autónoma.
Traballo tutelado	Traballo explicado en clase e concluído polos alumnos, onde apliquen os conceptos básicos dos seminarios

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballo tutelado	Traballo explicado en clase e concluído polos alumnos de forma autónoma, onde apliquen os conceptos básicos dos seminarios
Resolución de problemas de forma autónoma	Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno/a debe desenvolver a análise e resolución dos problemas e/ou exercicios de forma autónoma.

Avaliación					
	Descrición	Cualificación		Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Resolución de problemas de forma autónoma	Pediráse os alumnos que, previamente a formulación do traballo tutelado, fagan unha búsqueda e sistematización de datos susceptibles de representación gráfica.	40	A3	C14 C17 C18	D4
Traballo tutelado	O alumno realizará un traballo de xeito individual aplicando os principios explicados en clase. Os obxetivos a acadar e as metodoloxías a aplicar serán comunicados en clase e a través da plataforma MOOVI	40	A3	C14 C17 C18	D4
Observación sistemática	Asistencia e participación en clase	20	A3	C14 C17	D4

### Outros comentarios sobre a Avaliación

O alumno poderá optar a dous tipos de cualificación: avaliación continua ou avaliación global

**1 - Avaliación continua:** Serán aplicados as porcentaxes e conceptos anteriores (traballo tutelado, resolución de problemas, e observación sistemática).

Na segunda edición (xulio) aplicaránse os mesmos criterios, aínda que, lóxicamente, a observación sistemática non será re-avaliada.

### 2 - Avaliación global

- Dacordo o establecido no **Regulamento sobre avaliación, cualificación, calidade e docencia e do proceso de aprendizaxe do alumnado**, o estudante que non opte pola modalidade de avaliación continua, terá dereito a unha proba global nas datas que a Facultade, ou a Comisión Académica, determine. Será unha proba única, que permitirá calificar o alumno entre 0 e 10, igual que na avaliación continua. Esta posibilidade deberá ser solicitada expresamente polo alumno, ca antelación e procedimentos que o Decanato da Facultade, ou a Comisión Académica, determine, e suporá a anulación automática de todas as cualificacións obtidas polo método de avaliación continua.

**Os contidos serán similares os dous primeiros apartados da avaliación continua** (Resolución de problemas e Traballo tutelado), que o alumno entregará, e defenderá, o día da proba global. Cada parte representará un **50%** da cualificación final.

Na segunda edición (xulio) aplicaránse os mesmos criterios

### Bibliografía. Fontes de información

#### Bibliografía Básica



- Alcalde, Ignasi, **Visualización de la información de los datos al conocimiento**, Editorial UOC, S.L.;, 2015
- 
- Cole Nussbaumer Knaflic, **Storytelling con datos. Visualización de datos para profesionales**, ANAYA MULTIMEDIA, 2017
- 
- Gorostiza Esquerdeiro, Iñaki; Barainca Fontao, Asier, **Data Analytics: divide y vencerás**, Anaya Multimedia, 2020
- 
- Jardí, Enric, **Pensar con imágenes**, Editorial Gustavo Gili, S.L., 2012
- 
- Meirelles, Isabel, **La Información en el Diseño**, 1, Parramón, 2014
- 
- McCandless, David, **La información es bella**, RBA, 2010
- 
- Rovira Samblancat, Pere; Pascual Cid, Victor, **Analítica visual**, Anaya Multimedia, 2021
- 
- Bibliografía Complementaria**
- 
- Berengueres, José, **Visualización de Datos & Storytelling**, Independently Published, 2020
- 
- Cufari, Anira A., **Storytelling y Copywriting\_ como contar la historia de tu empresa**, Anaya Multimedia, 2020
- 
- García Garrido, Emilio, **Personal Branding**, Anaya Multimedia, 2020
- 
- Steve Wexler, Jeffrey Shaffer, Andy Cotgreave, **The Big Book of Dashboards: Visualizing Your Data Using Real-World Business Scenarios**, John Wiley & Sons Inc, 2017
- 

---

## Recomendaciones

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais**

Materia	Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais			
Código	P04M176V01203			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	#EnglishFriendly Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo			
Coordinador/a	Ramahí García, Diana			
Profesorado	Ramahí García, Diana Yáñez Anllo, María			
Correo-e	dianaramahi@gmail.com			
Web				
Descrición xeral	Estudo dos procesos, recursos e técnicas para a construción de relatos audiovisuais en contextos dixitais.			

**Resultados de Formación e Aprendizaxe**

Código	
B1	Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares
C14	Coñecemento dos elementos técnicos, legais, narrativos e artísticos para a creación e publicación de fotografías, gráficos, vídeo, audio e animación na internet e redes sociais.
C15	Coñecemento sobre as ferramentas e dispositivos de fotografía, gravación de vídeo e audio, edición e distribución, optimizadas para internet e redes sociais.
C16	Capacidade para rexistrar, editar e distribuír fotografía, vídeo e audio de acordo con estándares optimizados para internet e as distintas redes sociais.
D1	Capacidade para comprender o significado e aplicación da perspectiva de xénero nos distintos ámbitos de coñecemento e na práctica profesional co obxectivo de alcanzar unha sociedade máis xusta e igualitaria.

**Resultados previstos na materia**

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Atopar solucións creativas adaptadas a diferentes contextos comunicativos.	C14 D1
Saber trasladar información e emocións asociadas aos resultados ou procesos de elaboración das súas mensaxes ou estratexias.	C14
Asimilar os conceptos básicos para a concepción de contidos narrativos de carácter audiovisual nun contorna web.	C14
Saber planificar a creación de contidos audiovisuais en termos de xestión dos recursos técnicos e humanos dispoñibles.	B1 C15
Coñecer os fundamentos técnicos básicos asociados á captura de audio e vídeo, así como o seu tratamento nas fases de elaboración do contido.	C16

**Contidos**

Tema
1. O enfoque narrativo. O relato como ferramenta de comunicación
2. A lóxica do relato audiovisual
3. As especificidades do relato audiovisual en medios sociais
4. Introducción á narrativa audiovisual en novos medios

## 5. Estratexias para a planificación da produción audiovisual

<b>Planificación</b>			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	6	9	15
Estudo de casos	6	9	15
Resolución de problemas	2	6	8
Aprendizaxe baseado en proxectos	3	7	10
Obradoiro	2	5	7
Design Thinking	3	12	15
Presentación	1	3	4
Observación sistemática	1	0	1

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

<b>Metodoloxía docente</b>	
	Descrición
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor/a de os contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio que o/a estudante ten que desenvolver.
Estudo de casos	Análise dun feito, problema ou suceso real coa finalidade de coñecelo, interpretalo, resolvelo, xerar hipótese, contrastar datos, reflexionar, completar coñecementos, diagnosticalos e adestrarse en procedementos alternativos de solución.
Resolución de problemas	Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno/a debe desenvolver as solucións adecuadas ou correctas tendo en conta o exposto en clase.
Aprendizaxe baseado en proxectos	Elaboración dunha estratexia propia orientada ao desenvolvemento de contidos audiovisuais en medios sociais.
Obradoiro	Creación de equipos de traballo para experimentar con ferramentas de creación audiovisual e as súas posibilidades narrativas.
Design Thinking	Adquisición de coñecementos básicos sobre os usuarios/as dun produto, situación ou problema; no desenvolvemento de empatía co usuario/a para alcanzar unha solución a un problema que posúen; na construción de prototipos coas ideas máis adecuadas; e na aprendizaxe a partir das reaccións dos usuarios/as ó interactuar co prototipo.

<b>Atención personalizada</b>	
Metodoloxías	Descrición
Lección maxistral	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.
Design Thinking	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.
Estudo de casos	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.
Aprendizaxe baseado en proxectos	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.
Obradoiro	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.
Resolución de problemas	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.
Probas	Descrición
Presentación	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.

<b>Avaliación</b>			
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Resolución de problemas	Valoración das actividades propostas relacionadas coa materia tendo en conta o exposto en clase.	40	C14 C15
Aprendizaxe baseado en proxectos	Valoración do proceso e resultado da elaboración dunha estratexia propia orientada ao desenvolvemento de contidos audiovisuais en medios sociais.	40	B1 C14 D1 C15 C16

---

## **Outros comentarios sobre a Avaliación**

---

### AVALIACIÓN CONTINUA

Avaliación baseada na participación activa do alumno e na entrega dos traballos requiridos ao longo do curso.

Avaliación global do proceso de aprendizaxe e adquisición de competencias e coñecementos a través de probas presenciais nas datas oficiais aprobadas polo centro.

Será preciso obter polo menos un 50% da puntuación total de todas as partes avaliáveis para superar a materia.

### AVALIACIÓN GLOBAL

O alumnado deberá informar o docente da súa renuncia expresa ao sistema de avaliación continúa no prazo establecido polo centro para tal fin, achegando cuberto e asinado o documento habilitado para tal fin.

A proba de avaliación global realizarase na data e horarios previstos polo centro no calendario de exames oficial. O estudante deberá superar todas e cada unha das probas de avaliación previstas que se detallan a continuación obtendo unha cualificación mínima do 50% en cada unha delas. Dada a extensión das probas o alumnado que se acolla a avaliación global deberá dispoñer de 4 horas para a realización das mesmas a partir da hora oficial de inicio do exame da materia segundo o calendario oficial.

Breve descrición das probas:

Proba 1. Proba de exame sobre os contidos teóricos impartidos na materia. A proba ten un valor do 20% sobre o total da nota sendo preciso obter unha cualificación mínima do 50% da mesma para aprobar esta parte.

Proba 2. Resolución de problemas. Elaboración de actividades #de acordo con as pautas definidas polos docentes. O traballo ten un valor do 25% sobre o total da cualificación. Debe obterse unha cualificación mínima do 50% para superar esta parte. O traballo será entregado na data e horario do exame. O detalle dos contidos do traballo, metodoloxías e criterios de avaliación serán facilitados aos estudantes de avaliación global unha vez finalizado o prazo de renuncia expresa á avaliación continua.

Proba 3. Aprendizaxe baseada en proxectos. Valoración do proceso e resultado da elaboración dunha estratexia propia orientada ao desenvolvemento de contidos audiovisuais en medios sociais. O detalle dos contidos do traballo, metodoloxías e criterios de avaliación serán facilitados aos estudantes de avaliación global unha vez finalizado o prazo de renuncia expresa á avaliación continua.

Resumo das probas e porcentaxe de valoración global do conxunto de tarefas:

Proba 1. Proba de exame. Valoración do 20% sobre o total da nota.

Proba 2. Resolución de problemas ou exercicios. Valoración do 40% sobre o total da nota.

Proba 3. Aprendizaxe baseada en proxectos. Valoración do 40% sobre o total da nota.

Os estudantes deberán obter unha cualificación mínima do 50% en todas as probas para superar a materia. A información sobre as probas de avaliación, o seu formato, extensión, rúbrica de avaliación e canles de entrega serán detalladas a través da plataforma Moovi.

É responsabilidade do alumno ou alumna estar atento á información subida e recompilar a información específica e complementaria que sexa precisa para superar a materia.

### SEGUNDA OPORTUNIDADE

O sistema de avaliación é o mesmo en todas as convocatorias.

---

---

**Bibliografía. Fuentes de información**

---

**Bibliografía Básica**

---

**Bibliografía Complementaria**

---

Alexander, B., **The New Digital Storytelling: Creating Narratives with New Media**, Praeger, 2011

Bordwell, D., **La narración en el cine de ficción**, Paidós, 2009

Chase, A., **Calm Technology: Principles and Patterns for Non-Intrusive Design**, O'Reilly Media, 2015

Gaudreault, A. y Jost, F., **El relato cinematográfico**, Paidós, 2008

Guarinos, V., **Microrrelatos y microformas. La narración audiovisual mínima**, Admira, 2009

Jenkins, H., **Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación**, Paidós, 2008

Lambert, J., **Digital storytelling : capturing lives, creating community**, Routledge, 2013

Manovich, L., **El lenguaje de los nuevos Medios**, Paidós, 2010

---

**Recomendacións**

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes**

Materia	Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes			
Código	P04M176V01204			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo			
Coordinador/a	García Crespo, Oswaldo			
Profesorado	Fernández Alonso, Roi García Crespo, Oswaldo Moya Torrado, Susana			
Correo-e	oswaldogarcia@uvigo.es			
Web	<a href="http://http://mastersocialmedia.webs.uvigo.es/plan-de-estudios/">http://http://mastersocialmedia.webs.uvigo.es/plan-de-estudios/</a>			
Descrición xeral	Estudo dos procesos, recursos e técnicas para a creación e distribución de contidos audiovisuais en contextos xeral.			
	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	
B1	Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares
C2	Capacidade de optimizar a selección e aplicación de ferramentas TIC no ámbito académico e profesional.
C6	Habilidade para deseñar a estratexia de contidos de acordo cos obxectivos de comunicación fixados e de desenvolvelos dentro das liñas estratéxicas da organización.
C14	Coñecemento dos elementos técnicos, legais, narrativos e artísticos para a creación e publicación de fotografías, gráficos, vídeo, audio e animación na internet e redes sociais.
C15	Coñecemento sobre as ferramentas e dispositivos de fotografía, gravación de vídeo e audio, edición e distribución, optimizadas para internet e redes sociais.
C16	Capacidade para rexistrar, editar e distribuír fotografía, vídeo e audio de acordo con estándares optimizados para internet e as distintas redes sociais.
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.

**Resultados previstos na materia**

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Saber trasladar información e emocións a unha proposta de montaxe	B1 C14 C15 C16 D4
Xestionar as ferramentas de hardware e software asociadas á produción de contidos audiovisuais na fase de postproducción	C2 C15 C16
Desenvolver a capacidade de comunicarse de forma eficiente cunha productora audiovisual en cada unha das fases da produción	B1 C6 C14 C15 C16 D4

<b>Contidos</b>	
Tema	
1_ Desenvolvemento de ideas e guionización de contidos para redes	Guión e estratexia transmedia
2_ Tecnoloxía dos medios audiovisuais	Principios básicos de captación, organización e xestión da media audiovisual
3_ Procesos narrativos en **postproducción	Técnicas narrativas en montaxe  Manipulación da imaxe audiovisual en postproducción  Automatización e uso de librarías
4_ Producción audiovisual de imaxe real dirixida á súa distribución en redes sociais.	Fundamentos técnicos básicos  Tipoloxías, tendencias  Ferramentas e procesos  Análises do mercado, orzamentos e boas prácticas
5_ Producción CGI: Motion Graphics	Fundamentos técnicos básicos  Tipoloxías, tendencias  Ferramentas e procesos  Análises do mercado, orzamentos e boas prácticas

<b>Planificación</b>			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	6	17	23
Obradoiro	5	3	8
Prácticas de laboratorio	4	0	4
Traballo	0	15	15
Traballo	6	6	12
Observación sistemática	0	1	1
Traballo	4	8	12

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

<b>Metodoloxía docente</b>	
	Descrición
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor/a dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio que o/a estudante ten que desenvolver.
Obradoiro	Obradoiro de xestión de procesos de *producción audiovisual
Prácticas de laboratorio	Prácticas de produción, edición e postproducción audiovisual

<b>Atención personalizada</b>	
Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio	Aprendizaxe guiada de ferramentas de creación audiovisual en postproducción.
Obradoiro	Análise por parte do docente de cada proposta de desenvolvemento de contidos por parte dos alumnos

<b>Avaliación</b>				
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Traballo	Traballo 1 Procesos de produción: Briefing e dossier de produción	30		C14 D4 C15 C16
Traballo	Traballo 2 Maqueta dun spot	30	B1	C2 D4 C6 C14 C15 C16
Observación sistemática	Asistencia ás sesións maxistrals, talleres e prácticas de laboratorio	10		

Traballo	Traballo 3 Deseño dunha estratexia transmedia	30	B1	C2 C6 C14 C15 C16	D4
----------	---	----	----	-------------------------------	----

---

### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

A información sobre as probas de avaliación, o seu formato, extensión, rúbrica de avaliación e canles de entrega serán detalladas a través da plataforma Moovi. É responsabilidade do alumno ou alumna estar atento á información subida e recompilar a información específica e complementaria que sexa precisa para superar a materia.

#### **AVALIACIÓN CONTINUA**

A asistencia e participación poderá influir negativamente a nivel individual na avaliación dos traballos entregados en grupo ata un 50% da nota.

O alumnado debe superar cada un dos ítems de avaliación propostos, con polo menos o 50% da nota posible, incluída a observación sistemática, para poder superar a materia.

As entregas fóra de data están suxeitas a unha redución do 50% da calificación dese traballo.

#### **SEGUNDA OPORTUNIDADE E FIN DE CARRERA**

O alumnado que teña aprobada algún dos tres proxectos poderá conservar a nota e só terá que presentarse á parte suspensa, entregando o proxecto en cuestión dacordo coas datas fixadas polo profesorado da materia.

#### **SISTEMA DE AVALIACIÓN GLOBAL**

A avaliación global da materia comprende un bloque un práctico cunha duración global de 5 horas. Será obrigatorio aprobar cada unha das catro partes para superar a materia:

Parte 1: Entrega de dous proxectos:

- Maqueta dun spot
- Estratexia transmedia

Parte 2: Defensa oral dun plan de produción a partir do visinado dunha peza. 120 minutos

Parte 3: Montaxe dunha peza de 30 segundos en Davinci Resolve. 90 minutos

Parte 4: Redacción dunha estratexia transmedia a partir do briefing dunha marca. 90 minutos

Cada una das partes ponderarán da seguinte forma: 20%, 30%, 30% e 20%



A data da proba da avaliación global coincidirá coas probas do exame oficial en primeira e segunda convocatoria.

---

---

**Bibliografía. Fontes de información****Bibliografía Básica**

REA, Peter e IRVING, David, **Producción y dirección de cortometrajes y vídeos**, 2002

Ken Dancyger, **The Technique of Film and Video Editing: History, Theory, and Practice**, 2007

**Bibliografía Complementaria**

Bernardo, Nuno, **Transmedia 2.0**, 2014

Billups, S., **Digital moviemaking**,

Susan Zwerman, **The VES Handbook of Visual Effects: Industry Standard VFX Practices and Procedures (Second Edition)**, 2014

Bennet, B., **Cinema and technology cultures theories practices**,

---

---

**Recomendacións****Materias que se recomenda ter cursado previamente**

Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais/P04M176V01203

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Prácticas profesionales**

Materia	Prácticas profesionales			
Código	P04M176V01205			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociales y Creación de Contenidos Digitales			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	12	OB	1	2c
Lingua de impartición				
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Corbacho Valencia, Juan Manuel			
Profesorado	Corbacho Valencia, Juan Manuel			
Correo-e	jmcorbacho@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

**Resultados de Formación y Aprendizaje**

Código

**Resultados previstos en la materia**

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
---------------------------------	---------------------------------------

**Contenidos**

Tema

**Planificación**

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Prácticas de campo	180	120	300
Autoevaluación	0	0	0

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

**Metodoloxías**

Descrición

Prácticas de campo

**Atención personalizada**

Metodoloxías	Descrición
Prácticas de campo	

**Evaluación**

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Prácticas de campo		0	

**Outros comentarios sobre a Avaliación****Fuentes de información****Bibliografía Básica****Bibliografía Complementaria****Recomendaciones**



**DATOS IDENTIFICATIVOS****Traballo Fin de Máster**

Materia	Traballo Fin de Máster			
Código	P04M176V01206			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS 6	Sinale OB	Curso 1	Cuadrimestre 2c
Lingua de impartición	#EnglishFriendly Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Míguez González, María Isabel			
Profesorado	Míguez González, María Isabel			
Correo-e	mabelm@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Traballo Fin de Master			

**Resultados de Formación e Aprendizaxe**

Código	
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun modo que haberá de ser en gran medida autodirigida ou autónoma.
C19	Coñecemento dos contextos e procesos do emprendemento empresarial.
D3	Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.
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
Deseñar o seu propio social media plan.	A5 C19 D5
Desenvolver a súa presenza e marca persoal en redes sociais.	A5 C19 D4
Crear un portafolio profesional.	D3 D4 D5

**Contidos**

Tema
------

Plan de social media (máximo 20.000 palabras)	<p>Descrición e análise previa do perfil persoal ou da marca sobre a que se desenvolverá o traballo.</p> <p>Definición de obxectivos que se pretende alcanzar.</p> <p>Descrición de audiencias ou público obxectivo.</p> <p>Creación dunha identidade corporativa gráfica, coas adaptacións necesarias para a utilización dun blogue e en redes sociais.</p> <p>Descrición da estratexia formulada e as accións propostas. Estas accións deben incluír necesariamente a creación dun blogue e a presenza nun mínimo de tres redes sociais. Desde o punto de vista do contido, será necesario xerar pezas de todo tipo (texto, imaxe, fotografía, audiovisual, infografía...)</p> <p>Cronograma de desenvolvemento do plan: deberá incluírse unha planificación na que se contemple un mínimo de cinco entradas de blogue e 100 pezas para redes sociais. Para o cómputo de 100 pezas publicadas teranse en conta tanto o contido propio como a curación de contidos de terceiros relacionados coa marca; neste senso, o volume de pezas públicas será a suma das publicacións no conxunto das redes sociais seleccionadas no social media plan.</p> <p>Descrición das métricas e indicadores que se utilizarán para a avaliación do plan.</p>
---	---

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	10	138	148
Presentación	2	0	2

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

### Metodoloxía docente

	Descrición
Traballo tutelado	O Traballo Fin de Máster consiste nun proxecto práctico no que o alumnado, de forma individual, deseñará e implementará a súa propia estratexia de comunicación en redes sociais e medios dixitais para construír unha reputación orientada ao mercado laboral ou ao emprendimento. Así, dentro deste marco, admitiranse dous tipos de traballo: traballos de desenvolvemento da marca persoal do/a estudante no ámbito online e traballos sobre unha marca comercial propiedade do/a estudante. O traballo abarcará tanto os aspectos relacionados con estratexia, métricas e avaliación da eficacia das accións expostas como os relacionados coa creación de contidos dixitais (web ou blogue, redacción, deseño, fotografía e vídeo) .

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballo tutelado	O traballo de Fin de Máster é un traballo tutelado, que se desenvolve baixo a supervisión dun titor ou titora. A Comisión Académica do Máster será a encargada de realizar a asignación de titores. O papel dos titores consistirá en orientar ao estudantado durante a realización do traballo, supervisalo e velar polo cumprimento dos requisitos fixados para a súa superación. Nembargantes, debe terse en conta que non son os titores, senón os estudantes, os responsables do desenvolvemento do traballo, polo que os titores e titoras, se ben poden asesorar, non deben xerar contidos para os proxectos nin intervir de forma activa na súa elaboración. O titor/a deberá emitir un informe favorable para que o estudante poida defender o seu traballo.

### Avaliación

Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
PresentaciónExecución e presentación do traballo fin de mestrado.	100 A5	C19 D3 D4 D5

### Outros comentarios sobre a Avaliación

Os traballos serán avaliados por un tribunal. Para que o traballo poida considerarse superado, ademais da calidade do material entregado, o estudante deberá gter alcanzado como mínimo os seguintes logros:

- Presentación dun social media plan que conteña tódolos apartados indicados no epígrafe de contidos.
- Publicación dun mínimo de 5 entradas no blogue, de alomenos 500 palabras de extensión cada unha, nas que se incluírán contidos audiovisuais (imaxes, vídeo, audio, hiperenlaces...) xerados polo/a estudante.
- Publicación dun mínimo de 40 entradas en redes sociais, nas que se empregará polo menos nunha ocasión un vídeo de creación propia e unha infografía.

---

---

**Bibliografía. Fontes de información****Bibliografía Básica****Bibliografía Complementaria**

---

**Recomendacións**

---

<b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>				
<b>Prácticas profesionais 1</b>				
Materia	Prácticas profesionais 1			
Código	P04M176V01207			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	#EnglishFriendly Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo			
Coordinador/a	Corbacho Valencia, Juan Manuel			
Profesorado	Corbacho Valencia, Juan Manuel Domínguez Pérez, Rebeca Garnil Rodríguez, Alberto Regueiro Bolaño, José Manuel			
Correo-e	jmcorbacho@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Preparación para a elaboración de prácticas e posterior inserción no mercado laboral xeral			

### **Resultados de Formación e Aprendizaxe**

Código	
B1	Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares
B2	Capacidade de liderado
B3	Capacidade para a organización do traballo
C19	Coñecemento dos contextos e procesos do emprendemento empresarial.
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.
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
Identificar os contextos e procesos do emprendemento empresarial	C19
Autoavaliar o perfil profesional	B3 D4
Integrarse en equipos de traballo multidisciplinares	B1 D5
Liderar equipos	B2

### **Contidos**

Tema	
Afrontar unha entrevista laboral a nivel oral e de documentación	A preparación da entrevista A execución da entrevista A post-entrevista
Aplicación práctica de microestratexias en plataformas dixitais	Elaboración de propostas e aplicación das mesmas en contornas reais
Elaboración dunha memoria de prácticas	Planificación e execución da memoria. Aspectos a abordar

### **Planificación**

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	13	60	73
Observación sistemática	2	0	2

\*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 versará sobre microestratexias en plataformas dixitais, entrevistas laborais e a memoria de prácticas

## Atención personalizada

### Metodoloxías

Metodoloxías	Descrición
Seminario	O/A estudante pode solicitar e recibir titorización sobre os temas relativos a esta metodoloxía

## Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Seminario	Resolución de actividades ligadas ao temario: entrevistas persoais e optimización de perfís profesionais	80	B3	C19	D4
Observación sistemática	Asistencia e participación na aula e / ou en actividades programadas.	20			

## Outros comentarios sobre a Avaliación

O estudante debe superar coa nota mínima (5 puntos sobre 10 ou equivalente) cada un dos traballos ou exercicios contemplados en cada unha das metodoloxías ou probas.

É necesario entregar e superar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.

A detección de prácticas fraudulentas ou plaxio de código conlevará o suspenso na materia

## Bibliografía. Fontes de información

### Bibliografía Básica

ESMERALDA DIAZ-AROCA, **COMO TENER UN PERFIL 10 EN LINKEDIN**, Ediciones Códice,  
Álex Ochoa de Aspuru, **ACTITUD SALMÓN. Para emprendedores y pequeñas empresas: Cómo mejorar los resultados de tu negocio actuando a contracorriente**,  
Juan Carlos Mejía Llano, **LA GUÍA AVANZADA DEL COMMUNITY MANAGER**, Anaya,  
Pere Rosales, **Estrategia Digital**, Deusto,  
Richard N. Bolles, **What color is your parachute? 2016**, Crown Publishing, 2016

### Bibliografía Complementaria

Steve Dalton, **The 2-Hour Job Search: Using Technology to Get the Right Job Faster**, Ten Speed Press, 2012

## Recomendacións

### Materias que continúan o temario

Emprendemento en social media/P04M176V01110

### Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Prácticas profesionais 2/P04M176V01208

Traballo Fin de Máster/P04M176V01206

### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais/P04M176V01105

Comunicación de crise e reputación dixital/P04M176V01104

Dixital Media Planning/P04M176V01106

Dirección estratéxica de comunicación dixital/P04M176V01102

Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais/P04M176V01101

Emprendemento en social media/P04M176V01110

Estratexia de contidos/P04M176V01103

Fotografía para web e redes sociais/P04M176V01109

Xestión, edición e publicacións de contidos con CMS/P04M176V01107

Redación para medios dixitais e redes sociais/P04M176V01108



**DATOS IDENTIFICATIVOS****Prácticas profesionais 2**

Materia	Prácticas profesionais 2			
Código	P04M176V01208			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS 9	Sinale OB	Curso 1	Cuadrimestre 2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Corbacho Valencia, Juan Manuel			
Profesorado	Corbacho Valencia, Juan Manuel			
Correo-e	jmcorbacho@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Prácticas profesionais en empresas e institucións xeral			

**Resultados de Formación e Aprendizaxe**

Código	
B1	Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares
B2	Capacidade de liderado
B3	Capacidade para a organización do traballo
C19	Coñecemento dos contextos e procesos do emprendemento empresarial.
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.
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
Identificar los contextos e procesos do emprendemento empresarial	C19
Integrarse en equipos de traballo multidisciplinares	B1
Organizar o traballo	B3
Xestionar a marca persoal e a propia reputación dixital	D4
Integrar e aplicar coñecementos nun proxecto de comunicación dixital	B2 D5

**Contidos**

Tema
Realización de prácticas nunha contorna laboral e-profesional ligado a algunha das disciplinas do plan de estudos
As prácticas levaranse a cabo baixo a supervisión dun titor da Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación e outro na empresa de destino

**Planificación**

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Prácticum, Practicas externas e clínicas	0	180	180
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas	0	45	45

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

**Metodoloxía docente**

	Descrición
Prácticum, Practicas externas e clínicas	O/A estudante desenvolve as actividades nun contexto relacionado co exercicio dunha profesión, durante un período determinado, realizando as funcións asignadas e previstas na proposta de prácticas.

---

**Atención personalizada**

---

**Metodoloxías****Descrición**

Prácticum, Practicas externas e clínicas

O estudante pode solicitar e recibir titorías orientativas para o desenvolvemento das prácticas

**Probas****Descrición**

Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas

O estudante pode solicitar e recibir titorías orientativas para o desenvolvemento do informe e memoria.

---

**Avaliación**

---

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas	Elaboración de memoria final de prácticas	100	B1 B2 B3	C19	D4 D5

---

**Outros comentarios sobre a Avaliación**

---

---

**Bibliografía. Fontes de información**

---

**Bibliografía Básica****Bibliografía Complementaria**

---

---

**Recomendacións**

---

**Materias que se recomenda cursar simultaneamente**Prácticas profesionais 1/P04M176V01207

---