



(*)Facultade de CC. Sociais e da Comunicación

Mais info na Web da Facultade

(*)

<http://www.csc.uvigo.es/>

(*)

(*)

(*)Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais

Subjects

Year 1st

Code	Name	Quadmester	Total Cr.
P04M176V01101		1st	3
P04M176V01102		1st	3
P04M176V01103		1st	3
P04M176V01104		1st	3
P04M176V01105		1st	3
P04M176V01106		1st	3
P04M176V01107		1st	3
P04M176V01108		1st	3
P04M176V01109		1st	3
P04M176V01110		1st	3
P04M176V01201		2nd	3
P04M176V01202		2nd	3
P04M176V01203		2nd	3
P04M176V01204		2nd	3
P04M176V01205		2nd	12
P04M176V01206		2nd	6

IDENTIFYING DATA**(*)Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais**

Subject	(*)Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais			
Code	P04M176V01101			
Study programme	(*)Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1st	1st
Teaching language	Spanish Galician			
Department				
Coordinator	Dafonte Gómez, Alberto			
Lecturers	Dafonte Gómez, Alberto			
	Martí Pellón, Daniel Pena Rodríguez, Alberto			
E-mail	albertodafonte@uvigo.es			

----- UNPUBLISHED TEACHING GUIDE -----

IDENTIFYING DATA				
Dirección estratéxica de comunicación dixital				
Subject	Dirección estratéxica de comunicación dixital			
Code	P04M176V01102			
Study programme	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Míguez González, María Isabel			
Lecturers	Baamonde Silva, Xosé Manuel Méndez Rama, María Jesús Míguez González, María Isabel Pérez Seoane, Jesús			
E-mail	mabelm@uvigo.es			
Web				
General description	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.			

Competencias

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

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results	
Entender a relevancia da dirección de comunicación dixital no marco da estratexia global de comunicación da organización.	C3	
Identificar os contextos e procesos do emprendemento empresarial.		
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

Topic	
A dirección estratéxica de comunicación	A importancia da dirección estratéxica de comunicación. 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

Particularidades dos plans e campañas de comunicación online.

Recomendaciones estratéxicas e seguemento

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Traballo tutelado	6	44	50
Seminario	15	10	25

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Traballo tutelado	O/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.
Seminario	Actividade enfocada ao traballo sobre un tema específico, que permite afondar ou complementar os contidos da materia.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Seminario	O estudiantado contará co asesoramento do docente durante as sesións de seminario
Traballo tutelado	O estudiantado poderá recorrer ao profesorado no horario de tutorías para o asesoramento no caso dos traballos tutelados

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Traballo tutelado	Valorarase o desenvolvemento e presentación dun traballo tutelado de carácter individual ou grupal sobre os contidos da materia.	70		C3 C4 C5	D5
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	

Other comments on the Evaluation

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% entre as dúas metodoloxías.

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

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

Aljure Saab, Andrés, **El plan estratégico de comunicación**, UOC, 2015

DIRCOM, **Manual de la comunicación**, DIRCOM, 2013

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

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

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

Recomendacións

Subjects that continue the syllabus

Comunicación de crise e reputación dixital/P04M176V01104

IDENTIFYING DATA				
Estratexia de contidos				
Subject	Estratexia de contidos			
Code	P04M176V01103			
Study programme	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	García Mirón, Silvia			
Lecturers	Bastón Meira, Rubén Corbacho Valencia, Juan Manuel García Mirón, Silvia			
E-mail	silviamiron@uvigo.es			
Web				
General description	No contexto actual de internet e das diversas opcións de comunicación dixitais que posibilita, 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 perspectiva 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.			

Competencias

Code				
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 desenvolvementos 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			

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results	
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 desenvolvementos 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

Contidos

Topic				
1. Publicidade e Inbound marketing	1.1. Definición de Inbound Marketing 1.2. Características e funcións do Inbound Marketing 1.3. Claves e beneficios do Inbound Marketing 1.4. Definición de estratexias 1.5. Ferramentas			
2. Definición de contidos	2.1. Tipos de contidos 2.2. Características 2.3. Filtrar contidos 2.4. 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			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminario	15	15	30
Estudo de casos	4	15	19
Traballo tutelado	2	24	26
*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.			

Metodoloxía docente	
	Description
Seminario	Sesións de aula para profundizar sobre aspectos teóricos e prácticos relacionados cos contidos da materia
Estudo de casos	Análise de casos de éxito na creación e distribución de contidos e identificación de problemas e proposta de solucións noutra tipoloxía de casos
Traballo tutelado	Aplicación dos contidos da materia a un traballo tutelado de carácter individual: creación dunha estratexia e plan de contidos propio

Atención personalizada	
Methodologies	Description
Traballo tutelado	Contarase con sesións de aula e outras titorías presenciais individuais reservadas para a titorización e seguemento dos traballos tutelados

Avaliación				
	Description	Qualification	Training and Learning Results	
Estudo de casos	Análise de casos de éxito na creación e distribución de contidos e identificación de problemas e proposta de solucións noutra tipoloxía de casos	20	A1	C6 C14
Traballo tutelado	Aplicación dos contidos da materia a un traballo tutelado de carácter individual: creación dunha estratexia e plan de contidos propio	80		C6 C12 D2

Other comments on the Evaluation

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

Bibliografía. Fontes de información	
Basic Bibliography	
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	
Complementary Bibliography	
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

Recomendacións

Subjects that continue the syllabus

Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes/P04M176V01204

Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais/P04M176V01203

Subjects that it is recommended to have taken before

Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais/P04M176V01101

IDENTIFYING DATA**Comunicación de crise e reputación dixital**

Subject	Comunicación de crise e reputación dixital			
Code	P04M176V01104			
Study programme	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Fernández Souto, Ana Belén			
Lecturers	Fernández Muñoz, Cristóbal Fernández Souto, Ana Belén Vázquez Gestal, Montserrat María			
E-mail	abfsouto@uvigo.es			
Web				
General description	Imaxe e reputación das organizacións; reputación dixital; crise no entorno online; planificación e xestión da comunicación online en situación de crise: diagnóstico, identificación de actores, plan de comunicación de crise , execución e avaliación			

Competencias

Code	
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 de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results	
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.	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

Topic	
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

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Estudo de casos	8	10	18
Aprendizaxe baseado en proxectos	1	12	13
Presentación	3	8	11
Debate	1	10	11
Seminario	1	8	9
Lección maxistral	5	6	11
Resolución de problemas e/ou exercicios	1	0	1
Observación sistemática	1	0	1

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Estudo de casos	Analizaránse 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

Methodologies Description

Seminario	Los alumnos serán recibidos polos docentes responsables da materia, previa cita, para solventar dudas
-----------	---

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Resolución de problemas e/ou exercicios	Os docentes avaliarán dentro deste apartado como os alumnos superan a materia a Traverso dos traballos e actividades desenvolvidos na aula (debates, estudos de caso, presentacións, etc)	70	A2	C4	D2
Observación sistemática	Os docentes avaliarán a predisposición dos alumnos na aula así coma as súas presentacións e preparación de contidos para o desenvolvemento das correspondentes actividades	30	A2	C4	C5
				C6	

Other comments on the Evaluation

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% entre as dúas metodoloxías.

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

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

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

Complementary Bibliography

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

Recomendaciones

IDENTIFYING DATA**Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais**

Subject	Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais			
Code	P04M176V01105			
Study programme	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Torres Romay, Emma			
Lecturers	Acuña Portabales, Paula Torres Romay, Emma			
E-mail	emmatr@uvigo.es			
Web				
General description	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, iniciárase ao estudante no emprego de ferramentas de medición concretas así como no establecemento de métricas adecuadas a cada caso.			

Competencias

Code				
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 de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results		
Identificar as principais métricas en redes sociais e webs.		C7	
		C8	
Relacionar indicadores clave de desempeño cos obxectivos dunha estratexia dixital.		C8	D4
		C9	
Interpretar un cadro de mando de analítica dixital e tomar decisións de contido e estratexia en base aos resultados.	A3	B3	C9

Contidos

Topic			
Tema 1. Conceptualización e evolución da analítica dixital e a comunicación	1.1. Analítica web: conceptualización, evolución, valoración e situación actual. 1.2. Seguemento de blogs. Valoración da identidade digital. 1.3. Analítica para redes sociais. 1.4. Os medios dixitais. Audiencia e insercións publicitarias.		
	2.1. O plan de marketing dixital 2.2. Determinación de KPIs nos distintos medios: webs, blogs, redes sociais.		
Tema 2. Definición de métricas de avaliación de eficacia en publicidade dixital. Os KPIs			

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Traballo tutelado	5	25	30
Seminario	15	19	34
Proxecto	0	10	10
Observación sistemática	1	0	1

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente	
	Description
Traballo tutelado	Os alumnos/as desenvolverán un proxecto vinculado cos contidos da materia. Para ese fin desenvolveranse seminarios específicos para dirixir o traballo e orientalo.
Seminario	Desenvolveranse seminarios nos que se impartirán os contidos teóricos da materia combiandos coas correspondentes prácticas que contribúen á mellor comprensión dos conceptos.

Atención personalizada	
Methodologies	Description
Traballo tutelado	Realizarse un seguemento individualizado para tutelar os proxectos propostos.
Tests	Description
Proxecto	Establecerase un horario de tutorías para atender las dudas dos estudantes.

Avaliación		Qualification Training and Learning Results					
	Description						
Traballo tutelado	Realizáranse probas parciais para tentar incentivar ao alumnado no desenvolvemento final do mesmo.	20	A3	B3	C7 C8 C9	D4	
Proxecto	Desenvolvemento, paso a paso, dun proxecto de medición da eficacia.	70	A3	B3	C7 C8 C9	D4	
Observación sistemática	Seguemento do desempeño do alumno/a na aula: asistencia, participación, aproveitamento, comportamento e evolución	10	A3	B3	C7 C8 C9	D4	

Other comments on the Evaluation

Para a avaliación da materia é necesario contar cun mínimo de 5 puntos sobre 10 en ambas partes (traballo tutelado e proxecto) e será preciso contar coa totalidade da asistencia ás clases.

Para a avaliación de xullo deben cumprirse os mesmos requisitos.

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

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

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

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

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

Complementary Bibliography

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, GEPublishers, 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

Recomendaciones

Subjects that continue the syllabus

Dirección estratégica de comunicación digital/P04M176V01102

Trabajo Fin de Máster/P04M176V01206

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Estrategia de contenidos/P04M176V01103

Subjects that it is recommended to have taken before

Ecosistema de medios sociales e ferramentas dixitais/P04M176V01101

IDENTIFYING DATA				
Dixital Media Planning				
Subject	Dixital Media Planning			
Code	P04M176V01106			
Study programme	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Badenes Plá, Vicente			
Lecturers	Badenes Plá, Vicente Rodríguez Morado, Olga María			
E-mail	vbadenes@uvigo.es			
Web				
General description	Introdución xeral a a planificación de medios dixitais. reflexión sobre o novo contexto mediático, actores participantes, medios e soportes, tipoloxías, formatos. O día a día da planificación de medios en axencia, interlocución con medios e cliente, procesos, ferramentas, contratación, seguimento.			

Competencias

Code	
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.
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.
C10	Capacidade para seleccionar e contratar canles de difusión de campañas de comunicación en medios dixitais e sociais.
D3	Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results	
Identificar obxectivos digitais.	A3	C8
Identificar e segmentar audiencias digitais en base a obxectivos previos.		C8
Deseñar unha estratexia de contidos en medios sociais.		C9 C10
Detectar tendencias en contidos digitais e implementarlalas en unha estratexia propia.	A3	C9
Contratar campañas en medios sociais.		C10 D3

Contidos

Topic	
Tema 1: Introdución xeral a a planificación de medios digitais	Media planning en un mundo digital Penetración e uso de os medios digitais Principais actores de o mercado publicitario online Investimento online Claves de a planificación de medios online Terminoloxía clave. KPIs Tipoloxías de medios digitais Descrición, características, vantaxes e inconvenientes Google, SEM & SEO Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, Amazon. Outras redes. Formatos de a publicidade digital Introdución a compra programática e RTB Integración 360º ON&OFF Tendencias de mercado: de o adblocker a o branded content Casos de estudo

Tema 2. O día a día de a planificación de medios digitais desde a óptica de a axencia de medios	A axencia de medios Fontes de a información en os medios digitais Planificación e contratación de medios O plan de medios Procesos: briefing, concurso, ordes de compra Ferramentas de planificación de medios Seguimiento de campañas Informe de resultados Exemplos de planificación de unha campaña de medios digital
---	--

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminario	11	14	25
Traballo tutelado	10	40	50

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente	
	Description
Seminario	Dixital Media Planning
Traballo tutelado	Casos prácticos

Atención personalizada	
Methodologies	Description
Seminario	Dixital Media Planning
Traballo tutelado	Casos de estudio

Avaliación					
	Description	Qualification		Training and Learning Results	
Seminario	Dixital Media Planning	30	A3	C8 C9 C10	D3
Traballo tutelado	Dixital Media Planning	70	A3	C8 C9 C10	D3

Other comments on the Evaluation
Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% entre as dúas metodoloxías.
É necesario entregar e superar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.

Bibliografía. Fontes de información
Basic Bibliography
Anthony Young, Brand Media Strategy , Palmgrave Macmillan, 2010
Complementary Bibliography
George S. Day, Reinventar la empresa en la era digital , BBVA, 2018
Google Inc, ZMOT Ganando el Momento Cero de la verdad , Google, 2012
IAB, Estudio sobre el uso de los Adblockers en España , IAB, 2017
AIMC, Estudio navegantes en la red , AIMC, 2018

Recomendacións

IDENTIFYING DATA				
Xestión, edición e publicacións de contidos con CMS				
Subject	Xestión, edición e publicacións de contidos con CMS			
Code	P04M176V01107			
Study programme	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	1c
Teaching language	Galego			
Department				
Coordinator	Martínez Rolán, Luís Xabier			
Lecturers	Martínez Rolán, Luís Xabier Morales Pereira, Carlos			
E-mail	xabier.rolan@uvigo.es			
Web				
General description	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			

Competencias

Code	
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 de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results	
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

Topic	
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 autoaloado: dominio, hosting, CPanel. Personalización e optimización dun CMS autoaloado: funcionalidades (plugins, widgets), aspecto gráfico (templates), SEO. Resolución de principais problemas dun CMS autoaloado
Outros CMS	Introdución a CMS Orientados a e-commerce

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Traballo tutelado	10	0	10
Seminario	9	0	9
Traballo	0	10	10
Observación sistemática	2	0	2

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
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

Methodologies	Description
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.
Tests	Description
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

	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Traballo	Elaboración dunha páxina web completamente funcional con WordPress	80	C11 C14	D5	
	Elaboración dunha landing page dende o inicio máis básico empregando HTML + CSS e os recursos web incidados nas sesións teóricas				
Observación sistemática	Asistencia e participación na aula e / ou en actividades programadas.	20	B1	C12	D5

Other comments on the Evaluation

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.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

Recomendacións

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

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

IDENTIFYING DATA				
Redación para medios dixitais e redes sociais				
Subject	Redación para medios dixitais e redes sociais			
Code	P04M176V01108			
Study programme	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Domínguez Quintas, Susana Elisa			
Lecturers	Domínguez Quintas, Susana Elisa Doval Avendaño, María Montserrat Velásquez Fernández, Wajari			
E-mail	squintas@uvigo.es			
Web				
General description	A materia Redacción 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.			

Competencias

Code	
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 de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results	
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

Topic	
Tema I.- O uso da linguaxe, o estilo e a estrutura dos contidos textuais na rede.	
Tema II.- Identificar o ton adecuado da comunicación en redes sociais segundo cliente e público. O uso de ferramentas de axuda á escritura en galego e español.	
Tema III.- O ecosistema de comunicación dixital: trastornos da información online. Límites éticos e legais dos contidos.	

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminario	10	20	30

Traballo tutelado	11	11	22
Observación sistemática	0	6	6
Traballo	0	17	17

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
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

Methodologies	Description
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

	Description	Qualification	Training and Learning Results		
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.	90	A4	C12	D1 D2 D4

Other comments on the Evaluation

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% entre as dúas metodoloxías.

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

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

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

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

Estudio Anual de Redes Sociales 2018, por IAB Spain, Anglo Spain y Elogia, 2018

Recursos y herramientas para escritores y gestión de redes,

Recomendacións

IDENTIFYING DATA				
Fotografía para web e redes sociais				
Subject	Fotografía para web e redes sociais			
Code	P04M176V01109			
Study programme	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Dafonte Gómez, Alberto			
Lecturers	Dafonte Gómez, Alberto Fraga Pérez, Andrés			
E-mail	albertodafonte@uvigo.es			
Web				
General description	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.			

Competencias	
Code	
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 de aprendizaxe			
Expected results from this subject		Training and Learning Results	
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	
Topic	
Introdución á linguaxe audiovisual	Relación e diferencias entre fotografía e imaxe. Conceptos básicos da composición e elementos utilizados na linguaxe visual. Importancia da fotografía na sociedade actual. Democratización da fotografía.
Estratexia e método de traballo	Papel da fotografías nun fluxo de traballo e relación co plan de comunicación e estratexia da marca.
Deseño	Selección de tipoloxías de imaxe, balance entre foto e vídeo. Ética e legalidade: Que se pode fotografar. Que se pode/debe publicar. Usos e abusos. Regulación do informador gráfico. Dereito á propia imaxe. Propiedade intelectual. Creative Commons (CC).
Produción	Fotógrafo, stock, axencias e produción propia. Planificación de unha sesión. Gifs, making-of, vídeos. Captura dende o móbil. Venta online.
Xestión	Definición de Imaxe dixital, Formatos: Raw e JPG. Concepto de calidade e resolución. Documentación e arquivo das imaxes. Métodos de ferramentas de traballo compartido. Seguridade.

Uso	Saber escoller unha imaxe, contar unha historia. Importancia do formato de saída. Diferenciar entre post-produción e retoque. Revelado de arquivos Raw. Conceptos de temperatura de cor, luminosidade e contraste. Filtros de ruído e máscara de enfoque. Medios de saída: impresión vs. Pantalla.
-----	--

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminario	16	19	35
Traballo tutelado	5	35	40

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Seminario	Nas sesións de seminario abordaranse e discutiranse os conceptos nos que se fundamenta o traballo tutelado da materia.
Traballo tutelado	PROXECTO PROPIO: Realización dun proxecto fotográfico en redes sociais propio. O alumno terá que deseñar e executar un proxecto de contido principalmente fotográfico: escoller unha liña estética e argumental, realizar as fotografías, seleccionalas, editalas e xustificar as decisións tomadas. CAMPAÑA: O alumno terá que, sobre unha base de imaxes, desenvolver unha campaña completa adaptada a tódolos formatos das diferentes canles.

Atención personalizada

Methodologies	Description
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.

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Seminario	Asistencia e participación activa nas sesións presenciais de seminario.	10	A4 D1 D4
Traballo tutelado	1. PROXECTO PROPIO: Realización dun proxecto fotográfico en redes sociais propio. O alumno terá que deseñar e executar un proxecto de contido principalmente fotográfico: escoller unha liña estética e argumental, realizar as fotografías, seleccionalas, editalas e xustificar as decisións tomadas. 2. CAMPAÑA: O alumno terá que, sobre unha base de imaxes, desenvolver unha campaña completa adaptada a tódolos formatos das diferentes canles.	90	C14 D1 C15 D4 C16

Other comments on the Evaluation

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% entre as dúas metodoloxías.

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

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

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

Complementary Bibliography

Recomendacións

IDENTIFYING DATA				
Emprendemento en social media				
Subject	Emprendemento en social media			
Code	P04M176V01110			
Study programme	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Martínez Rolán, Luís Xabier			
Lecturers	Legerén Lago, Beatriz Martínez Rolán, Luís Xabier Moratilla Tahoces, Cristina Regueiro Bolaño, José Manuel Velásquez Fernández, Wajari			
E-mail	xabier.rolan@uvigo.es			
Web				
General description	Esta materia recolle as guías e pautas básicas para aprender a emprender, tanto por conta propia como a través de proxectos empresariais con máis persoas e / ou socios, dende os aspectos xurídico, fiscal e humano			

Competencias

Code	
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 de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results	
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

Topic	
Traballo por conta propia	Experiencia profesional como autónomo. Gastos e trámites de xestión. Seguridade Social. Facturación.
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 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

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Traballo tutelado	7	30	37
Seminario	10	16	26
Traballo	0	8	8
Observación sistemática	4	0	4

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente	
	Description
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	
Methodologies	Description
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.
Tests	Description
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					
	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Traballo tutelado	Elaboración dun plan de negocio e manual de procedementos de empresa.	80	B1	C19 C20	D3
Observación sistemática	Asistencia e participación na aula e / ou en actividades programadas.	20	A5	B1 B2	

Other comments on the Evaluation	
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.	

Bibliografía. Fontes de información	
Basic Bibliography	
Complementary Bibliography	
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	
Pedro Vigier, Hernán, ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL HUMANO , ALTARIA, 2015	

Recomendacións

IDENTIFYING DATA				
Deseño para medios dixitais				
Subject	Deseño para medios dixitais			
Code	P04M176V01201			
Study programme	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Molares Cardoso, Julinda			
Lecturers	Molares Cardoso, Julinda Villamisar Fernández, Adriana			
E-mail	julimolares@gmail.com			
Web				
General description	A materia céntrase nos conceptos, ferramentas y fluxo de traballo para realizar actividades de deseño gráfico en medios dixitais e redes sociais.			

Competencias	
Code	
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 de aprendizaxe		
Expected results from this subject	Training and Learning Results	
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	
Topic	
- 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			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Traballo tutelado	3	54	57
Seminario	18	0	18

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Traballo tutelado	O alumnado desenvolverá traballos de deseño dixital baixo as instrucións e supervisión das docentes
Seminario	Os seminarios abordarán os aspectos teóricos da materia

Atención personalizada

Methodologies	Description
Traballo tutelado	As docentes realizarán un seguimento do traballo do alumnado

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Traballo tutelado	Desenvolvemento de proxecto	80 A4	C14 D4 C17 C18
Seminario	Traballo específico sobre o contido	20 A4	C14 D4 C17 C18

Other comments on the Evaluation

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% entre as dúas metodoloxías.

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

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

IDENTIFYING DATA				
Infografía e visualización de datos				
Subject	Infografía e visualización de datos			
Code	P04M176V01202			
Study programme	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Rodríguez Fernández, Fortunato			
Lecturers	Rodríguez Fernández, Fortunato Sabarís Sardón, Juan			
E-mail	fortunatorf@uvigo.es			
Web				
General description	Conceptos, ferramentas e fluxo de traballo para a creación e publicación de infografías en medios dixitais e redes sociais.			

Competencias

Code	
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 de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results	
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

Topic	
1 - Infografía para internet: características e posibilidades.	.
2 -Deseño para redes sociais: especificacions e formatos	.
3 - Ferramentas profesionais de deseño infográfico	.
4 - Ferramentas de deseño infográfico optimizadas para internet e redes sociais	.

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminario	12	6	18
Traballo tutelado	6	35	41
Observación sistemática	1	0	1

Proxecto	1	14	15
*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.			

Metodoloxía docente

	Description
Seminario	Sesión teórico-prácticas adicadas a expoñer os principios xerais da materia, con exemplos e discusión dos mesmos
Traballo tutelado	Traballo realizado polo alumnos, explicado en clase e concluído polos alumnos de forma autónoma, onde apliquen os conceptos básicos dos seminarios

Atención personalizada

Tests Description

Proxecto Ademais das titorías programadas, o profesor orientará de modo persoal a metodoloxía e desenrolo do proxecto

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Observación sistemática	Asistencia e participación en clases	20 A3	C14 D4 C17
Proxecto	Traballo persoal de aplicación dos coñecementos teóricos	80 A3	C17 C18

Other comments on the Evaluation

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% en cada unha das metodoloxías.

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

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Alcalde, Ignasi, **Visualización de la información de los datos al conocimiento**, Editorial UOC, S.L., 2015

Meirelles, Isabel, **La Información en el Diseño**, 1, Parramón, 2014

McCandless, David, **La información es bella**, RBA, 2010

Cole Nussbaumer Knaflitz, **Storytelling con datos. Visualización de datos para profesionales**, ANAYA MULTIMEDIA, 2017

Enric Jardí, **Pensar con imágenes**, Editorial Gustavo Gili, S.L., 2012

Complementary Bibliography

Recomendacións

IDENTIFYING DATA**Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais**

Subject	Desenvolvemento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais			
Code	P04M176V01203			
Study programme	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Ramahí García, Diana			
Lecturers	García Crespo, Oswaldo Ramahí García, Diana Yáñez Anllo, María			
E-mail	dianaramahi@gmail.com			
Web				
General description	Estudo dos procesos, recursos e técnicas para a construción de relatos audiovisuais en contextos dixitais.			

Competencias

Code	
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 de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results	
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

Topic	
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	

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	5	10	15
Estudo de casos	5	10	15
Resolución de problemas	2	6	8
Aprendizaxe baseado en proxectos	2	8	10
Obradoiro	2	5	7
Design Thinking	3	12	15
Presentación	1	3	4
Observación sistemática	1	0	1

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
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, diagnosticarlos 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.

Atención personalizada

Methodologies	Description
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.
Tests	Description
Presentación	O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías.

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results	
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 C15 C16
Observación sistemática	Valoración da presenza e participación activa do alumnado na aula.	20	B1	

Other comments on the Evaluation

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

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

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

IDENTIFYING DATA**Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes**

Subject	Creación e distribución de contidos audiovisuais en redes			
Code	P04M176V01204			
Study programme	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	García Crespo, Oswaldo			
Lecturers	Alonso Mosquera, Marcos García Crespo, Oswaldo Lara Toledo, Pablo			
E-mail	oswaldogarcia@uvigo.es			
Web				
General description	Estudo dos procesos, recursos e técnicas para a creación e distribución de contidos audiovisuais en contextos dixitais			

Competencias

Code	
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.
D4	Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results		
Atopar solucións creativas adaptadas a diferentes contextos de produción.	B1	C14	D4
Saber trasladar información e emocións ás ferramentas da linguaxe audiovisual.		C15	
		C16	
Xestionar as ferramentas de *hardware e software asociadas á produción de contidos audiovisuais en redes en todas as fases da produción.		C15	
		C16	

Contidos

Topic	
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 librerías

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

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	6	18	24
Obradoiro	3	9	12
Prácticas de laboratorio	12	12	24
Traballo	0	15	15
Observación sistemática	0	0	0

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
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	Taller de concepción e guión de contidos audiovisuais
Prácticas de laboratorio	Prácticas de creación audiovisual en postproducción e de creación audiovisual en tempo real.

Atención personalizada

Methodologies	Description
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

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Traballo	Entrega en tempo e forma dun traballo de acordo cos obxectivos e formato definido por lle docente coordinador da materia	90	C14 D4 C15 C16
Observación sistemática	Asistencia ás sesións maxistras, talleres e prácticas de laboratorio	10	

Other comments on the Evaluation

Para poder superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima do 50% no traballo desenvolvido. É necesario entregar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

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

Complementary Bibliography

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 prectices**,

Recomendacións

Subjects that it is recommended to have taken before

Desenvolvimento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais/P04M176V01203

IDENTIFYING DATA				
Prácticas profesionais				
Subject	Prácticas profesionais			
Code	P04M176V01205			
Study programme	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	12	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Corbacho Valencia, Juan Manuel			
Lecturers	Corbacho Valencia, Juan Manuel			
E-mail	jmcorbacho@uvigo.es			
Web				
General description	Prácticas en empresas e institucións			

Competencias	
Code	
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 de aprendizaxe		
Expected results from this subject	Training and Learning Results	
Identificar os contextos e procesos do emprendemento empresarial.	C19	D5
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	
Topic	
Realización de prácticas nunha contorna laboral e As prácticas levaranse a cabo baixo a supervisión dun titor da Facultade profesional ligada a algunha das disciplinas do plan de estudos de Ciencias Sociais e da Comunicación e outro na empresa de destino.	

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Prácticas externas	240	0	240
Informe de prácticas externas	0	60	60
*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.			

Metodoloxía docente	
	Description
Prácticas externas	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. Ao finalizar, elabora unha memoria final sobre as tarefas realizadas.

Atención personalizada	
Methodologies	Description

Prácticas externas Atención personalizada por parte do titor asignado dentro da Universidade e do titor asignado na empresa ou institución

Avaliación					
Description		Qualification	Training and Learning Results		
Prácticas externas	O titor na empresa emitirá un informe sobre a actividade do estudante durante o período de prácticas.	50	B1 B2 B3	C19	D4 D5
Informe de prácticas externas	Rematado o período de prácticas, os estudantes elaborarán un informe onde se resuma a súa experiencia. Este informe, que deberá estar avaliado polo seu responsable na empresa, será tido en conta polo titor da Universidade para emitir a súa cualificación	50			

Other comments on the Evaluation

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

Recomendacións

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Traballo Fin de Máster/P04M176V01206

Subjects that it is recommended to have taken before

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

IDENTIFYING DATA				
Traballo Fin de Máster				
Subject	Traballo Fin de Máster			
Code	P04M176V01206			
Study programme	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Míguez González, María Isabel			
Lecturers	Míguez González, María Isabel			
E-mail	mabelm@uvigo.es			
Web				
General description	Traballo Fin de Master			

Competencias	
Code	
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 de aprendizaxe			
Expected results from this subject	Training and Learning Results		
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
Topic

Plan de social media (máximo 20.000 palabras)	Descrición e análise previa do perfil persoal ou da marca sobre a que se desenvolverá o traballo. Definición de obxectivos que se pretende alcanzar. Descrición de audiencias ou público obxectivo. Creación dunha identidade corporativa gráfica, coas adaptacións necesarias para a utilización dun blogue e en redes sociais. 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...) 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. Descrición das métricas e indicadores que se utilizarán para a avaliación do plan.
Memoria de execución	Creación do portfolio profesional de elementos creados ata a data de entrega do TFM. Informes de impacto dos contidos executados antes da data de entrega do TFM, conforme á descrición de KPI's formulados no apartado de métricas e indicadores de avaliación.

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Traballo tutelado	10	138	148
Presentación	2	0	2

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
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

Methodologies	Description
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 estudante 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

Description	Qualification Training and Learning Results
-------------	---

Other comments on the Evaluation

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 extension 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**Basic Bibliography****Complementary Bibliography**

Recomendacións
