



## 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

### 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<br>contidos audiovisuais en<br>redes | 2c | 3  |
| P04M176V01205 | Prácticas profesionais  | 2c | 12 |
| P04M176V01206 | Traballo Fin de Máster  | 2c | 6  |

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

|                    |  |          |       |              |
|--------------------|--|----------|-------|--------------|
| Materia            | Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais                                    |          |       |              |
| Código             | P04M176V01101  |          |       |              |
| Titulacion         | Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais |          |       |              |
| Descritores        | Creditos ECTS  | Carácter | Curso | Cuadrimestre |
|                    | 3  | OB       | 1     | 1c           |
| Lingua impartición | Castelán<br>Galego   |          |       |              |
| Departamento       |  |          |       |              |
| Coordinador/a      | Dafonte Gómez, Alberto   |          |       |              |
| Profesorado        | Dafonte Gómez, Alberto<br>Martí Pellón, Daniel<br>Pena Rodríguez, Alberto              |          |       |              |
| Correo-e           | albertodafonte@uvigo.es  |          |       |              |

----- GUÍA DOCENTE NON PUBLICADA -----

**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   | Carácter | Curso | Cuadrimestre |
|                    | 3   | OB       | 1     | 1c           |
| Lingua impartición | Castelán<br>Galego  |          |       |              |
| Departamento       |   |          |       |              |
| Coordinador/a      | Míguez González, María Isabel   |          |       |              |
| Profesorado        | Baamonde Silva, Xosé Manuel<br>Méndez Rama, María Jesús<br>Míguez González, María Isabel<br>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. |          |       |              |

**Competencias**

| Código | Tipoloxía  |
|--------|--|
| CB2    | 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. |
| CG2    | Capacidade de liderado   |
| CE3    | Capacidade para integrar a dirección de comunicación dixital dentro da estratexia de comunicación global dunha organización.   |
| CE4    | Capacidade para identificar e definir públicos, obxectivos e mensaxes da comunicación institucional no contexto dixital.   |
| CE5    | Habilidade para deseñar e implantar un plan de comunicación dixital e desenvolver campañas de comunicación en redes sociais e medios dixitais.   |
| CT5    | Habilidade para a integración e aplicación de coñecementos nun proxecto de comunicación dixital.   |

**Resultados de aprendizaxe**

| Resultados de aprendizaxe  | Competencias      |
|--|-------------------|
| Entender a relevancia da dirección de comunicación dixital no marco da estratexia global de comunicación da organización.  | CE3               |
| Identificar os diferentes públicos da organización no ámbito online.   | CE4               |
| Analizar as relacións con estes públicos e identificar as necesidades comunicativas que se desprenden delas.   | CB2<br>CE4        |
| Fixar os obxectivos específicos de comunicación online dunha organización, en coherencia cos obxectivos globais de comunicación e coa estratexia organizacional. | CE5<br>CT5        |
| Deseñar as estratexias e tácticas de comunicación online da organización, adaptándoas aos recursos e obxectivos organizacionais.                                 | CE5<br>CT5        |
| Elaborar, presentar y aplicar el plan de comunicación online de la organización.   | CG2<br>CE3<br>CE5 |

**Contidos**

| Tema                                    |   |
|---|---|
| A dirección estratéxica de comunicación | A importancia da dirección estratéxica de comunicación.<br><br>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.

Recomendacións estratéxicas e seguemento

### Planificación docente

|                   | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Traballo tutelado | 6             | 44                 | 50           |
| Seminario         | 15            | 10                 | 25           |

\*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 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

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

### Avaliación

|                   | Descrición  | Cualificación | Competencias Avaliadas   |
|-------------------|---|---------------|--------------------------|
| Seminario         | Valorarase a través da observación cuantificada a asistencia e participación (tanto en termos cuantitativos como cualitativos) nas sesións de seminario da materia. | 30            | CB2<br>CG2<br>CE3        |
| Traballo tutelado | Valorarase o desenvolvemento e presentación dun traballo tutelado de carácter individual ou grupal sobre os contidos da materia.                                    | 70            | CE3<br>CE4<br>CE5<br>CT5 |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

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

#### Bibliografía Básica

#### Bibliografía Complementaria

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

DIRCOM, Manual de la comunicación, DIRCOM, 2013, Madrid

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

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

[http://manualdecomunicacion.org/wp-content/uploads/2017/12/Tu\\_Plan\\_de\\_Comunicacin\\_en\\_Internet\\_paso\\_a\\_paso.pdf](http://manualdecomunicacion.org/wp-content/uploads/2017/12/Tu_Plan_de_Comunicacin_en_Internet_paso_a_paso.pdf)

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

### 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   | Carácter | Curso | Cuadrimestre |
|                               | 3   | OB       | 1     | 1c           |
| Lingua impartición            | Castelán Galego   |          |       |              |
| Departamento                  |   |          |       |              |
| Coordinador/a                 | García Mirón, Silvia  |          |       |              |
| Profesorado                   | Bastón Meira, Rubén<br>Corbacho Valencia, Juan Manuel<br>García Mirón, Silvia   |          |       |              |
| Correo-e                      | silviamiron@uvigo.es  |          |       |              |
| Web                           |   |          |       |              |
| Descrición xeral              | 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 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. |          |       |              |

| <b>Competencias</b> |   | Tipoloxía |
|---------------------|---|-----------|
| Código              |   |           |
| CB1                 | 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.      |           |
| CE6                 | Habilidade para deseñar a estratexia de contidos de acordo cos obxectivos de comunicación fixados e de desenvolvelos dentro das liñas estratéxicas da organización.               |           |
| CE12                | Capacidade para redactar contidos de marca para blogues, webs e redes sociais dentro da estratexia de comunicación dixital dunha organización.                                    |           |
| CE14                | 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. |           |
| CT2                 | Capacidade para comunicarse por oral e por escrito en lingua galega   |           |

| <b>Resultados de aprendizaxe</b>  |  | Competencias        |
|---|--|---------------------|
| Resultados de aprendizaxe   |  |                     |
| Identificar os contidos máis adecuados para a estratexia de comunicación dunha empresa ou institución e para os seus distintos tipos de públicos.             |  | CB1<br>CE6          |
| Deseñar a estratexia de contidos de acordo cos obxectivos de comunicación fixados e de desenvolvelos dentro das liñas estratéxicas da organización.           |  | CE6<br>CE12<br>CE14 |
| Seleccionar e planificar distintos tipos de contidos optimizados segundo as necesidades do cliente e de acordo coas limitacións técnicas e legais existentes. |  | CE6<br>CT2          |

| <b>Contidos</b>                    |   |
|------------------------------------|---|
| Tema                               |   |
| 1. Publicidade e Inbound marketing | 1.1. Definición de Inbound Marketing<br>1.2. Características e funcións do Inbound Marketing<br>1.3. Claves e beneficios do Inbound Marketing<br>1.4. Definición de estratexias<br>1.5. Ferramentas |
| 2. Definición de contidos          | 2.1. Tipos de contidos<br>2.2. Características<br>2.3. Filtrar contidos<br>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<br>3.2. Para quen creamos contidos? Identificación de públicos e creación do byer persoa<br>3.3. Que mensaxes creamos? Creación de contidos: mensaxes e guía de estilo.<br>3.4. Donde publicamos os contidos? Delimitación de soportes.<br>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<br>4.2. Casos de éxito na distribución de contidos  |

### Planificación docente

|                   | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Seminario         | 15            | 15                 | 30           |
| Estudo de casos   | 4             | 15                 | 19           |
| Traballo tutelado | 2             | 24                 | 26           |

\*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  |
| 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

| Metodoloxías      | Descrición  |
|-------------------|---|
| Traballo tutelado | Contarase con sesións de aula e outras titorías presenciais individuais reservadas para a titorización e seguemento dos traballos tutelados |

### Avaliación

|                   | Descrición   | Cualificación | Competencias Avaliadas |
|-------------------|--|---------------|------------------------|
| 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            | CB1<br>CE6<br>CE14     |
| Traballo tutelado | Aplicación dos contidos da materia a un traballo tutelado de carácter individual: creación dunha estratexia e plan de contidos propio            | 80            | CE6<br>CE12<br>CT2     |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

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

### Bibliografía. Fontes de información

#### Bibliografía Básica

- Halligan, B., Inbound marketing : get found using Google, social media, and blogs, Wiley, cop., 2010, Hoboken, N. J.  
Sanagustín Fernández, E., Marketing de contenidos: estrategias para atraer clientes a tu empresa, Anaya Multimedia, 2013, Madrid  
Sanagustín Fernández, E., Plan de contenidos para medios sociales, Editorial UOC, 2017, Barcelona

#### Bibliografía Complementaria

- Aguado Guadalupe, G., Inbound Marketing en LinkedIn para la gestión de marca, Icono 14, 2015, <https://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/741>  
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, <http://www.redalyc.org/html/310/31045569057/>  
Castelló Martínez, A., La estrategia de medios sociales, el Inbound Marketing y la estrategia de contenidos: Marketing de Atracción 2.0, 2013, Actas del I Congreso Internacional de Comunicació  
García, I., Human media. Las personas en la era de internet, Formación Alcalá, 2014, Jaén  
Alonso Coto, M., El plan de marketing digital, Pearson Educación, 2008, Madrid

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

---

CONTENT MARKETING INSTITUTE, B2B Content Marketing Benchmarks, Budgets and Trends. North America., <https://contentmarketinginstitute.com/wp-content/uploads/2017/09/2018-b2b-research-final.pdf>

---

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, Hoboken (Estados Unidos).

---

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

---

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, Nueva York

---

---

### **Recomendacións**

#### **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 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  | Carácter | Curso | Cuadrimestre |
|                    | 3  | OB       | 1     | 1c           |
| Lingua impartición | Castelán<br>Galego   |          |       |              |
| Departamento       |  |          |       |              |
| Coordinador/a      | Fernández Souto, Ana Belén   |          |       |              |
| Profesorado        | Fernández Muñoz, Cristóbal<br>Fernández Souto, Ana Belén<br>Vázquez Gestal, Montserrat María   |          |       |              |
| Correo-e           | abfsouto@uvigo.es  |          |       |              |
| Web                |  |          |       |              |
| Descrición xeral   | 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**

| Código | Tipoloxía  |
|--------|--|
| CB2    | 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. |
| CE4    | Capacidade para identificar e definir públicos, obxectivos e mensaxes da comunicación institucional no contexto dixital.   |
| CE5    | Habilidade para deseñar e implantar un plan de comunicación dixital e desenvolver campañas de comunicación en redes sociais e medios dixitais.   |
| CE6    | Habilidade para deseñar a estratexia de contidos de acordo cos obxectivos de comunicación fixados e de desenvolvelos dentro das liñas estratéxicas da organización.  |
| CT2    | Capacidade para comunicarse por oral e por escrito en lingua galega  |

**Resultados de aprendizaxe**

| Resultados de aprendizaxe   | Competencias |
|---|--------------|
| Comprender os conceptos de imaxe e reputación.  | CE4          |
| Comprender a relevancia da reputación dixital na configuración da reputación organizacional.  | CE5          |
| 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.  | CB2<br>CE4   |
| Identificar e describir as estratexias de comunicación adecuadas para a resolución de procesos de crises online nas organizacións.  | CE5<br>CE6   |
| 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. | CE5<br>CT2   |
| Medir os resultados do plan de comunicación de crise e avaliar as consecuencias globais da crise sobre a reputación online.   | CB2<br>CE5   |
| Demostrar preparación para asumir o risco na toma de decisións.   | CB2          |
| Demostrar capacidade para traballar en equipo en situacións de crises.  | CB2          |

**Contidos**

| Tema                                |  |
|-------------------------------------|--|
| Tema 1. Conceptos básicos           | 1.1. Reputación<br>1.2. Crise  |
| Tema 2. Evolución                   | 2.1. Cambio do paradigma coa web 2.0   |
| Tema 3. Ecosistema de funcionamento | 3.1. Recomendacións<br>3.2. Valoracións  |
| Tema 4. Contidos e ferramentas      | 4.1. Contidos xerados por usuarios UGC/UGM<br>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<br>6.2. On line<br>6.3. Os empregados<br>6.3.1. os códigos de conducta<br>6.7. atención ao cliente |

### Planificación docente

|   | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|---|---------------|--------------------|--------------|
| 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            |

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

### Metodoloxía docente

|                                  | Descrición  |
|----------------------------------|---|
| 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

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

### Avaliación

|   | Descrición  | Cualificación | Competencias Avaliadas          |
|---|---|---------------|---------------------------------|
| 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            | CB2<br>CE4<br>CE5<br>CE6<br>CT2 |
| 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            | CB2<br>CE4<br>CE5<br>CE6        |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

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

#### 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, Algo más que márketing

---

DEL FRESNO-GARCIA, M, Cómo investigar la reputación online en los medios sociales de la web 2.0, 2011, Cuadernos de comunicacuión Evoca, 5 (1)

---

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  | Carácter | Curso | Cuadrimestre |
|                    | 3  | OB       | 1     | 1c           |
| Lingua impartición | Castelán<br>Galego   |          |       |              |
| Departamento       |  |          |       |              |
| Coordinador/a      | Torres Romay, Emma   |          |       |              |
| Profesorado        | Acuña Portabales, Paula<br>Torres Romay, Emma  |          |       |              |
| Correo-e           | emmatr@uvigo.es  |          |       |              |
| 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. |          |       |              |

**Competencias**

| Código | Tipoloxía  |
|--------|--|
| CB3    | 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. |
| CG3    | Capacidade para a organización do traballo   |
| CE7    | Coñecemento das principais fontes, métricas e ferramentas para medir a eficacia en redes sociais e comunicación dixital.   |
| CE8    | Capacidade de interpretación e análise de métricas sociais.  |
| CE9    | Capacidade para avaliar a eficacia e retorno das accións en medios dixitais e redes sociais.   |
| CT4    | Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.  |

**Resultados de aprendizaxe**

| Resultados de aprendizaxe  | Competencias      |
|--|-------------------|
| Identificar as principais métricas en redes sociais e webs.  | CE7<br>CE8        |
| Relacionar indicadores clave de desempeño cos obxectivos dunha estratexia dixital.                                   | CE8<br>CE9<br>CT4 |
| Interpretar un cadro de mando de analítica dixital e tomar decisións de contido e estratexia en base aos resultados. | CB3<br>CG3<br>CE9 |

**Contidos**

| Tema  |   |
|---|---|
| Tema 1. Conceptualización e evolución da analítica dixital e a comunicación | 1.1. Analítica web: conceptualización, evolución, valoración e situación actual.<br>1.2. Seguemento de blogs. Valoración da identidade digital.<br>1.3. Analítica para redes sociais.<br>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

Tema 3. Ferramentas de medición

- 3.1. Manexo de ferramentas de medición actuais.
- 3.2. Elaboración do plan de medición.

### Planificación docente

|                         | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Traballo tutelado       | 5             | 25                 | 30           |
| Seminario               | 15            | 19                 | 34           |
| Proxecto                | 0             | 10                 | 10           |
| 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   |
|-------------------|--|
| 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 cambiando coas correspondentes prácticas que contribúen á mellor comprensión dos conceptos. |

### Atención personalizada

| Metodoloxías      | Descrición   |
|-------------------|--|
| Traballo tutelado | Realizarase un seguemento individualizado para tutelar os proxectos propostos. |
| Probas            | Descrición   |
| Proxecto          | Establecerase un horario de titorías para atender las dúbidas dos estudantes.  |

### Avaliación

|                         | Descrición  | Cualificación | Competencias Avaliadas                 |
|-------------------------|---|---------------|--|
| Traballo tutelado       | Realizaráanse probas parciais para tentar incentivar ao alumnado no desenvolvemento final do mesmo.               | 20            | CB3<br>CG3<br>CE7<br>CE8<br>CE9<br>CT4 |
| Proxecto                | Desenvolvemento, paso a paso, dun proxecto de medición da eficacia.   | 70            | CB3<br>CG3<br>CE7<br>CE8<br>CE9<br>CT4 |
| Observación sistemática | Seguemento do desempeño do alumno/a na aula: asistencia, participación, aproveitamento, comportamento e evolución | 10            | CB3<br>CG3<br>CE7<br>CE8<br>CE9<br>CT4 |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

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**

### **Bibliografía Básica**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### **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, Barcelona

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

RAMOS, Juanjo, E-Commerce 2.0, 1, GDEPublishers, 2017, Madrid

SOLIS, A, SEO. Las claves esenciales, 3, Anaya Multimedia, 2016, Madrid

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

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

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

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

---

## **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

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Dixital Media Planning**

|                    |  |          |       |              |
|--------------------|--|----------|-------|--------------|
| Materia            | Dixital Media Planning   |          |       |              |
| Código             | P04M176V01106  |          |       |              |
| Titulación         | Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais   |          |       |              |
| Descritores        | Creditos ECTS  | Carácter | Curso | Cuadrimestre |
|                    | 3  | OB       | 1     | 1c           |
| Lingua impartición | Castelán Galego  |          |       |              |
| Departamento       |  |          |       |              |
| Coordinador/a      | Badenes Plá, Vicente   |          |       |              |
| Profesorado        | Badenes Plá, Vicente<br>Rodríguez Morado, Olga María   |          |       |              |
| Correo-e           | vbadenes@uvigo.es  |          |       |              |
| Web                |  |          |       |              |
| Descrición xeral   | 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**

| Código | Tipoloxía  |
|--------|--|
| CB3    | 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. |
| CE8    | Capacidade de interpretación e análise de métricas sociais.  |
| CE9    | Capacidade para avaliar a eficacia e retorno das accións en medios dixitais e redes sociais.   |
| CE10   | Capacidade para seleccionar e contratar canles de difusión de campañas de comunicación en medios dixitais e sociais.   |
| CT3    | Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos  |

**Resultados de aprendizaxe**

| Resultados de aprendizaxe  | Competencias |
|--|--------------|
| Identificar obxectivos digitais.   | CB3<br>CE8   |
| Identificar e segmentar audiencias digitais en base a obxectivos previos.            | CE8          |
| Deseñar unha estratexia de contidos en medios sociais.                               | CE9<br>CE10  |
| Detectar tendencias en contidos digitais e implementarlás en unha estratexia propia. | CB3<br>CE9   |
| Contratar campañas en medios sociais.  | CE10<br>CT3  |

**Contidos**

| Tema  |  |
|---|--|
| Tema 1: Introducción xeral a a planificación de medios digitais | Media planning en un mundo digital<br>Penetración e uso de os medios digitais<br>Principais actores de o mercado publicitario online<br>Investimento online<br>Claves de a planificación de medios online<br>Terminoloxía clave. KPIs<br>Tipoloxías de medios digitais<br>Descrición, características, vantaxes e inconvenientes<br>Google, SEM & SEO<br>Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, Amazon. Outras redes.<br>Formatos de a publicidade digital<br>Introdución a compra programática e RTB<br>Integración 360º ON&OFF<br>Tendencias de mercado: de o adblocker a o branded content<br>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<br>Fontes de a información en os medios digitais<br>Planificación e contratación de medios<br>O plan de medios<br>Procesos: briefing, concurso, ordes de compra<br>Ferramentas de planificación de medios<br>Seguimiento de campañas<br>Informe de resultados<br>Exemplos de planificación de unha campaña de medios digital |
|---|--|

### Planificación docente

|                   | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Seminario         | 11            | 14                 | 25           |
| Traballo tutelado | 10            | 40                 | 50           |

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

### Metodoloxía docente

|                   | Descrición             |
|-------------------|------------------------|
| Seminario         | Dixital Media Planning |
| Traballo tutelado | Casos prácticos        |

### Atención personalizada

| Metodoloxías      | Descrición             |
|-------------------|------------------------|
| Seminario         | Dixital Media Planning |
| Traballo tutelado | Casos de estudio       |

### Avaliación

|                   | Descrición             | Cualificación | Competencias Avaliadas           |
|-------------------|------------------------|---------------|----------------------------------|
| Seminario         | Dixital Media Planning | 30            | CB3<br>CE8<br>CE9<br>CE10<br>CT3 |
| Traballo tutelado | Dixital Media Planning | 70            | CB3<br>CE8<br>CE9<br>CE10<br>CT3 |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

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

#### Bibliografía Básica

Anthony Young, Brand Media Strategy, Palmgrave Macmillan, 2010, New York

#### Bibliografía Complementaria

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

Google Inc, ZMOT Ganando el Momento Cero de la verdad, Google, 2012, New York

IAB, Estudio sobre el uso de los Adblockers en España, IAB, 2017, Madrid

AIMC, Estudio navegantes en la red, AIMC, 2018, Madrid

### Recomendacións



**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  | Carácter | Curso | Cuadrimestre |
|                    | 3  | OB       | 1     | 1c           |
| Lingua impartición | Galego   |          |       |              |
| Departamento       |  |          |       |              |
| Coordinador/a      | Martínez Rolán, Luís Xabier  |          |       |              |
| Profesorado        | Martínez Rolán, Luís Xabier<br>Morales Pereira, Carlos   |          |       |              |
| 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 |          |       |              |

**Competencias**

| Código | Tipoloxía   |
|--------|---|
| CG1    | Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares  |
| CE11   | Capacidade para implementar, adaptar e manter os sistemas de xestión de contidos (CMS) de referencia.   |
| CE12   | Capacidade para redactar contidos de marca para blogues, webs e redes sociais dentro da estratexia de comunicación dixital dunha organización.                                    |
| CE14   | 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. |
| CT5    | Habilidade para a integración e aplicación de coñecementos nun proxecto de comunicación dixital.  |

**Resultados de aprendizaxe**

| Resultados de aprendizaxe   | Competencias |
|---|--------------|
| Comprender como funciona internet, a arquitectura cliente[]servidor.  | CE11         |
| Ser capaz de identificar os diferentes erros detrás dunha páxina web. | CE12         |
| Dominar as técnicas de redacción para web e blogs.                    | CG1<br>CE11  |
| Crear unha páxina web cun CMS con pautas específicas.                 | CE11<br>CT5  |
| Adaptar unha web / blog ás necesidades requiridas.                    | CE14<br>CT5  |
| Personalizar o aspecto gráfico dunha páxina web / blog.               | CG1<br>CT5   |

**Contidos**

| Tema                     |  |
|--------------------------|--|
| Principios do deseño web | Como funciona internet. Introducción aos CMS<br>Nocións elementales de deseño web<br>Como escribir para web /blogs.  |
| HTML e CSS               | Usos das etiquetas HTML máis importantes, estrutura dos arquivos, semántica, etc.<br>A importancia dos estándares web (W3C) e diferencias entre navegadores.<br>Responsive, web apps, e servizos que se poden facer con tecnoloxía web<br>Introdución á accesibilidade web<br>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 docente

|                         | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Traballo tutelado       | 10            | 0                  | 10           |
| Seminario               | 9             | 0                  | 9            |
| Traballo                | 0             | 10                 | 10           |
| 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  |
|-------------------|---|
| 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. |

### Avaliación

|                         | Descrición   | Cualificación | Competencias Avaliadas |
|-------------------------|--|---------------|------------------------|
| Traballo                | Elaboración dunha páxina web completamente funcional con WordPress   | 80            | CE11                   |
|                         |  |               | CE14                   |
|                         | Elaboración dunha landing page dende o inicio máis básico empregando HTML + CSS e os recursos web incidados nas sesións teóricas |               | CT5                    |
| Observación sistemática | Asistencia e participación na aula e / ou en actividades programadas.  | 20            | CG1                    |
|                         |  |               | CE12                   |
|                         |  |               | CT5                    |

### 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.

### Bibliografía. Fontes de información

#### Bibliografía Básica

#### 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,

---

## **Recomendacións**

---

### **Materias que se recomenda 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

---

| <b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>                         |  |          |       |              |
|--|--|----------|-------|--------------|
| <b>Redación para medios dixitais e redes sociais</b> |  |          |       |              |
| 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  | Carácter | Curso | Cuadrimestre |
|  | 3  | OB       | 1     | 1c           |
| Lingua impartición                                   | Castelán<br>Galego   |          |       |              |
| Departamento   |  |          |       |              |
| Coordinador/a  | Domínguez Quintas, Susana Elisa  |          |       |              |
| Profesorado  | Domínguez Quintas, Susana Elisa<br>Doval Avendaño, María Montserrat<br>Velásquez Fernández, Wajari   |          |       |              |
| Correo-e   | squintas@uvigo.es  |          |       |              |
| Web  |  |          |       |              |
| Descrición xeral                                     | 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. |          |       |              |

| <b>Competencias</b> |   |                          |
|---------------------|---|--------------------------|
| Código              |   | Tipoloxía                |
| CB4                 | 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.                    | • saber<br>• saber facer |
| CE12                | Capacidade para redactar contidos de marca para blogs, webs e redes sociais dentro da estratexia de comunicación dixital dunha organización.  | • saber<br>• saber facer |
| CE13                | Coñecemento das técnicas e usos da redacción e maquetación de contidos para internet.   | • saber<br>• saber facer |
| CT1                 | 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. | • saber<br>• saber facer |
| CT2                 | Capacidade para comunicarse por oral e por escrito en lingua galega   | • saber<br>• saber facer |
| CT4                 | Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.   | • saber<br>• saber facer |

| <b>Resultados de aprendizaxe</b>   |              |
|--|--------------|
| Resultados de aprendizaxe  | Competencias |
| Redactar contidos de marca para blogs, webs e redes sociais dentro da estratexia de comunicación dixital dunha organización. | CE12<br>CT2  |
| Usar ferramentas de axuda á escritura en galego e español.   | CE13<br>CT2  |
| Identificar os límites legais e éticos na redacción e publicación de textos.   | CT1<br>CT4   |
| Identificar o ton adecuado da comunicación en redes sociais segundo cliente e público.                                       | CB4          |

| <b>Contidos</b>   |  |
|---|--|
| Tema  |  |
| 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.  |  |

| <b>Planificación docente</b> |               |                    |              |
|------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
|                              | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
| Seminario                    | 10            | 20                 | 30           |
| Traballo tutelado            | 11            | 11                 | 22           |
| Observación sistemática      | 0             | 6                  | 6            |
| Traballo                     | 0             | 17                 | 17           |

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

| <b>Metodoloxía docente</b> |  |
|----------------------------|--|
|                            | 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. |

| <b>Atención personalizada</b> |   |
|-------------------------------|---|
| 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. |

| <b>Avaliación</b>       |   |               |                                  |
|-------------------------|---|---------------|----------------------------------|
|                         | Descrición  | Cualificación | Competencias Avaliadas           |
| Observación sistemática | Percepción atenta, racional, planificada e sistemática para describir e rexistrar as manifestacións do comportamento do alumnado.   | 10            | CE13<br>CT1<br>CT2               |
| 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            | CB4<br>CE12<br>CT1<br>CT2<br>CT4 |

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

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**

#### **Bibliografía Básica**

#### **Bibliografía Complementaria**

- Álvarez Ramos, Eva, El lenguaje periodístico cultural: nuevas plataformas, nuevos paradigmas, Centro Internacional de Lexicografía, 2015, Valladolid
- Bounegru, Liliانا; Gray, Jonathan; Venturini, Tommaso y Mauri, Michele, A Field Guide to "Fake News" and Other Information Disorders, Public Data Lab., 2017, Amsterdam
- Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (coords.), Manual de redacción ciberperiodística, Ariel, 2003, Barcelona
- Franco, Guillermo, Cómo escribir para la web, Knight Foundation, 2008, Austin
- 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, Pamplona
- 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, Filadelfia
- Wardle, Claire y Derakhshan, Hossein, Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making, Consejo de Europa, 2017, Estrasburgo
- Estudio Anual de Redes Sociales 2018, por IAB Spain, Anglo Spain y Elogia, 2018,

---

## **Recomendación**

---

| <b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>               |  |          |       |              |
|--|--|----------|-------|--------------|
| <b>Fotografía para web e redes sociais</b> |  |          |       |              |
| 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  | Carácter | Curso | Cuadrimestre |
|  | 3  | OB       | 1     | 1c           |
| Lingua impartición                         | Castelán<br>Galego   |          |       |              |
| Departamento                               |  |          |       |              |
| Coordinador/a                              | Dafonte Gómez, Alberto   |          |       |              |
| Profesorado                                | Dafonte Gómez, Alberto<br>Fraga Pérez, Andrés  |          |       |              |
| Correo-e                                   | albertodafonte@uvigo.es  |          |       |              |
| 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. |          |       |              |

| <b>Competencias</b> |   |
|---------------------|---|
| Código              | Tipoloxía   |
| CB4                 | 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.                    |
| CE14                | 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.                               |
| CE15                | Coñecemento sobre as ferramentas e dispositivos de fotografía, gravación de vídeo e audio, edición e distribución, optimizadas para internet e redes sociais.   |
| CE16                | Capacidade para rexistrar, editar e distribuír fotografía, vídeo e audio de acordo con estándares optimizados para internet e as distintas redes sociais.   |
| CT1                 | 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. |
| CT4                 | Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.   |

| <b>Resultados de aprendizaxe</b>   |                    |
|--|--------------------|
| Resultados de aprendizaxe  | Competencias       |
| Realizar fotografías para blogs, webs e redes sociais dentro da estratexia de comunicación dixital dunha organización. | CE14<br>CT1        |
| Usar ferramentas e dispositivos para a captura de imaxes e a edición.  | CE15<br>CE16       |
| Identificar os límites legais e éticos na toma e publicación de fotografías.   | CE14<br>CT1<br>CT4 |
| Identificar o ton adecuado da comunicación gráfica en redes sociais segundo cliente e público.                         | CB4<br>CT4         |

| <b>Contidos</b>                    |  |
|------------------------------------|--|
| Tema                               |  |
| 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, videos. 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 docente

|                   | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Seminario         | 16            | 19                 | 35           |
| Traballo tutelado | 5             | 35                 | 40           |

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

### Metodoloxía docente

|                   | Descrición  |
|-------------------|---|
| 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.<br>CAMPAÑA: O alumno terá que, sobre unha base de imaxes, desenvolver unha campaña completa adaptada a tódolos formatos das diferentes canles. |

### Atención personalizada

| 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.                                  |

### Avaliación

|                   | Descrición  | Cualificación | Competencias Avaliadas             |
|-------------------|---|---------------|------------------------------------|
| 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.<br>2. CAMPAÑA: O alumno terá que, sobre unha base de imaxes, desenvolver unha campaña completa adaptada a tódolos formatos das diferentes canles. | 90            | CE14<br>CE15<br>CE16<br>CT1<br>CT4 |
| Seminario         | Asistencia e participación activa nas sesións presenciais de seminario.   | 10            | CB4<br>CT1<br>CT4                  |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

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

#### Bibliografía Básica

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

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

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

#### 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<br>3  | Carácter<br>OB | Curso<br>1 | Cuadrimestre<br>1c |
| Lingua impartición | Castelán<br>Galego  |                |            |                    |
| Departamento       |   |                |            |                    |
| Coordinador/a      | Martínez Rolán, Luís Xabier   |                |            |                    |
| Profesorado        | Legerén Lago, Beatriz<br>Martínez Rolán, Luís Xabier<br>Moratilla Tahoces, Cristina<br>Regueiro Bolaño, José Manuel<br>Velásquez Fernández, Wajari  |                |            |                    |
| Correo-e           | xabier.rolan@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 |                |            |                    |

**Competencias**

| Código | Tipoloxía  |
|--------|--|
| CB5    | 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. |
| CG1    | Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares   |
| CG2    | Capacidade de liderado   |
| CE19   | Coñecemento dos contextos e procesos do emprendemento empresarial.   |
| CE20   | Capacidade para elaborar un plan de negocio.   |
| CT3    | Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos  |

**Resultados de aprendizaxe**

| Resultados de aprendizaxe   | Competencias |
|---|--------------|
| Identificar os contextos e procesos do emprendemento empresarial. | CE19         |
| Elaborar un plan de negocio.                                      | CB5<br>CE20  |
| Elaborar propostas a clientes.                                    | CE19<br>CT3  |
| Integrarse en equipos de traballo multidisciplinares.             | CG1          |
| Liderar equipos.  | CG2          |

**Contidos**

| Tema  |   |
|---|---|
| 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.<br><br>Xestión no crecemento dunha empresa: de traballar so a ter persoas ao teu cargo.<br><br>Como xestionar o capital humano dunha empresa. O día a día do xestor de proxectos dende o punto de vista dos traballadores<br>Negociación e liderazgo |

|  |   |
|--|---|
| Traballo por conta allea. Xestión de proxectos | Dirección empresarial.<br>Plan de negocio.<br>Modelos de contratos e conceptos xurídicos básicos.<br>Financiación.<br>A xestión da comunicación do xestor de proxectos. Dende o cliente ata o equipo de traballo.<br>Organización do material e fluxo de traballo dos proxectos |
|--|---|

### Planificación docente

|                         | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Traballo tutelado       | 7             | 30                 | 37           |
| Seminario               | 10            | 16                 | 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 | Competencias Avaliadas     |
|-------------------------|---|---------------|----------------------------|
| Traballo tutelado       | Elaboración dun plan de negocio e manual de procedementos de empresa. | 80            | CG1<br>CE19<br>CE20<br>CT3 |
| Observación sistemática | Asistencia e participación na aula e / ou en actividades programadas. | 20            | CB5<br>CG1<br>CG2          |

### 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.

### Bibliografía. Fontes de información

#### Bibliografía Básica

#### Bibliografía Complementaria

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

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, Barcelona

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

Pedro Vigier, Hernán, ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL HUMANO, ALTARIA, 2015,



**DATOS IDENTIFICATIVOS****Deseño para medios dixitais**

|                    |   |          |       |              |
|--------------------|---|----------|-------|--------------|
| Materia            | Deseño para medios dixitais   |          |       |              |
| Código             | P04M176V01201   |          |       |              |
| Titulación         | Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais  |          |       |              |
| Descritores        | Creditos ECTS   | Carácter | Curso | Cuadrimestre |
|                    | 3   | OB       | 1     | 2c           |
| Lingua impartición | Castelán<br>Galego  |          |       |              |
| Departamento       |   |          |       |              |
| Coordinador/a      | Molares Cardoso, Julinda  |          |       |              |
| Profesorado        | Molares Cardoso, Julinda<br>Villamisar Fernández, Adriana   |          |       |              |
| Correo-e           | julimolares@gmail.com   |          |       |              |
| 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. |          |       |              |

**Competencias**

| Código | Tipoloxía  |
|--------|--|
| CB4    | 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. |
| CE14   | 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.            |
| CE17   | Coñecemento sobre as ferramentas de deseño gráfico e visualización de datos optimizados para internet e redes sociais.   |
| CE18   | Capacidade para elaborar deseños e infografías optimizadas para cada canle de comunicación dixital.  |
| CT4    | Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.  |

**Resultados de aprendizaxe**

| Resultados de aprendizaxe  | Competencias |
|--|--------------|
| Identificar os límites legais e éticos no deseño e publicación de gráfica en medios dixitais.  | CE14         |
| Identificar o ton adecuado da comunicación gráfica en redes sociais segundo cliente e público. | CB4<br>CT4   |
| Usar ferramentas de deseño gráfico de forma optimizada para internet e redes sociais.          | CE17<br>CE18 |
| Elaborar deseños optimizados para cada canle de comunicación dixital.                          | CE17<br>CE18 |

**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 docente**

|                   | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Traballo tutelado | 3             | 54                 | 57           |
| Seminario         | 18            | 0                  | 18           |

\*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 traballos de deseño dixital baixo as instrucións e supervisión das docentes |
| Seminario         | Os seminarios abordarán os aspectos teóricos da materia   |

### Atención personalizada

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

### Avaliación

|                   | Descrición                          | Cualificación | Competencias Avaliadas             |
|-------------------|-------------------------------------|---------------|------------------------------------|
| Seminario         | Traballo específico sobre o contido | 20            | CB4<br>CE14<br>CE17<br>CE18<br>CT4 |
| Traballo tutelado | Desenvolvemento de proxecto         | 80            | CB4<br>CE14<br>CE17<br>CE18<br>CT4 |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

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

#### Bibliografía Básica

#### Bibliografía Complementaria

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

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

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

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

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

### Recomendacións

| <b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>               |   |          |       |              |
|--|---|----------|-------|--------------|
| <b>Infografía e visualización de datos</b> |   |          |       |              |
| Materia                                    | Infografía e visualización de datos   |          |       |              |
| Código                                     | P04M176V01202   |          |       |              |
| Titulación                                 | Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais                                      |          |       |              |
| Descriptor                                 | Creditos ECTS   | Carácter | Curso | Cuadrimestre |
|  | 3   | OB       | 1     | 2c           |
| Lingua impartición                         | Castelán<br>Galego  |          |       |              |
| Departamento                               |   |          |       |              |
| Coordinador/a                              | Rodríguez Fernández, Fortunato  |          |       |              |
| Profesorado                                | Rodríguez Fernández, Fortunato<br>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. |          |       |              |

| <b>Competencias</b> |  | Tipoloxía |
|---------------------|--|-----------|
| Código              |  |           |
| CB3                 | 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. |           |
| CE14                | 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.  |           |
| CE17                | Coñecemento sobre as ferramentas de deseño gráfico e visualización de datos optimizados para internet e redes sociais.   |           |
| CE18                | Capacidade para elaborar deseños e infografías optimizadas para cada canle de comunicación dixital.  |           |
| CT4                 | Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.  |           |

| <b>Resultados de aprendizaxe</b>  |  | Competencias |
|---|--|--------------|
| Resultados de aprendizaxe   |  |              |
| Interpretar e simplificar datos.  |  | CB3          |
| Identificar os límites legais e éticos no deseño e publicación de infografías en medios dixitais. |  | CE14         |
| Identificar o ton adecuado da comunicación gráfica en redes sociais segundo cliente e público.    |  | CE14<br>CT4  |
| Usar ferramentas de deseño infográfico de forma optimizada para internet e redes sociais.         |  | CE17<br>CE18 |
| Elaborar deseños de infografía optimizados para cada canle de comunicación dixital.               |  | CE17<br>CE18 |

| <b>Contidos</b>   |  |
|---|--|
| Tema  |  |
| 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 |  |

| <b>Planificación docente</b> |               |                    |              |
|------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
|                              | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
| Seminario                    | 12            | 6                  | 18           |
| Traballo tutelado            | 6             | 35                 | 41           |
| Observación sistemática      | 1             | 0                  | 1            |

|          |   |    |    |
|----------|---|----|----|
| Proxecto | 1 | 14 | 15 |
|----------|---|----|----|

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

### Metodoloxía docente

|                   | Descrición   |
|-------------------|--|
| 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

| Probas   | Descrición   |
|----------|--|
| Proxecto | Ademáis das titorías programadas, o profesor orientará de modo persoal a metodoloxía e desenrolo do proxecto |

### Avaliación

|                         | Descrición   | Cualificación | Competencias Avaliadas     |
|-------------------------|--|---------------|----------------------------|
| Observación sistemática | Asistencia e participación en clases                     | 20            | CB3<br>CE14<br>CE17<br>CT4 |
| Proxecto                | Traballo persoal de aplicación dos coñecementos teóricos | 80            | CB3<br>CE17<br>CE18        |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

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

#### Bibliografía Básica

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 Knaflic, Storytelling con datos. Visualización de datos para profesionales, ANAYA MULTIMEDIA, 2017,  
 Enric Jardí, Pensar con imágenes, Editorial Gustavo Gili, S.L., 2012,

#### Bibliografía Complementaria

### Recomendacións



**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  | Carácter | Curso | Cuadrimestre |
|                    | 3  | OB       | 1     | 2c           |
| Lingua impartición | Castelán<br>Galego   |          |       |              |
| Departamento       |  |          |       |              |
| Coordinador/a      | Ramahí García, Diana   |          |       |              |
| Profesorado        | García Crespo, Oswaldo<br>Ramahí García, Diana<br>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. |          |       |              |

**Competencias**

| Código | Tipoloxía   |
|--------|---|
| CG1    | Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares  |
| CE14   | 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.                               |
| CE15   | Coñecemento sobre as ferramentas e dispositivos de fotografía, gravación de vídeo e audio, edición e distribución, optimizadas para internet e redes sociais.   |
| CE16   | Capacidade para rexistrar, editar e distribuír fotografía, vídeo e audio de acordo con estándares optimizados para internet e as distintas redes sociais.   |
| CT1    | 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**

| Resultados de aprendizaxe  | Competencias |
|--|--------------|
| Atopar solucións creativas adaptadas a diferentes contextos comunicativos.   | CE14<br>CT1  |
| Saber trasladar información e emocións asociadas aos resultados ou procesos de elaboración das súas mensaxes ou estratexias.                 | CE14         |
| Asimilar os conceptos básicos para a concepción de contidos narrativos de carácter audiovisual nun contorna web.                             | CE14         |
| Saber planificar a creación de contidos audiovisuais en termos de xestión dos recursos técnicos e humanos dispoñibles.                       | CG1<br>CE15  |
| Coñecer os fundamentos técnicos básicos asociados á captura de audio e vídeo, así como o seu tratamento nas fases de elaboración do contido. | CE16         |

**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     |

**Planificación docente**

|                                  | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|----------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| 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            |

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

### Metodoloxía docente

|                                  | 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. |

### Atención personalizada

| 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. |

### Probos

|              | Descrición   |
|--------------|--|
| Presentación | O alumnado pode recibir asesoramento sobre o contido da materia ou o desenvolvemento das actividades en horario de clase e titorías. |

### Avaliación

|                                  | Descrición  | Cualificación | Competencias Avaliadas             |
|----------------------------------|---|---------------|------------------------------------|
| Aprendizaxe baseado en proxectos | Valoración do proceso e resultado da elaboración dunha estratexia propia orientada ao desenvolvemento de contidos audiovisuais en medios sociais. | 40            | CG1<br>CE14<br>CE15<br>CE16<br>CT1 |
| Resolución de problemas          | Valoración das actividades propostas relacionadas coa materia tendo en conta o exposto en clase.  | 40            | CE14<br>CE15                       |
| Observación sistemática          | Valoración da presenza e participación activa do alumnado na aula.  | 20            | CG1                                |

---

## **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**

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

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

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

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

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

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

Lambert, J., *Digital storytelling : capturing lives, creating community*, Routledge, 2013, New York ; London

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

---

---

## **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   | Carácter | Curso | Cuadrimestre |
|                    | 3   | OB       | 1     | 2c           |
| Lingua impartición | Castelán<br>Galego  |          |       |              |
| Departamento       |   |          |       |              |
| Coordinador/a      | García Crespo, Oswaldo  |          |       |              |
| Profesorado        | Alonso Mosquera, Marcos<br>García Crespo, Oswaldo<br>Lara Toledo, Pablo   |          |       |              |
| Correo-e           | oswaldogarcia@uvigo.es  |          |       |              |
| Web                |   |          |       |              |
| Descrición xeral   | Estudo dos procesos, recursos e técnicas para a creación e distribución de contidos audiovisuais en contextos xerais dixitais |          |       |              |

**Competencias**

| Código | Tipoloxía   |
|--------|---|
| CG1    | Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares  |
| CE14   | 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. |
| CE15   | Coñecemento sobre as ferramentas e dispositivos de fotografía, gravación de vídeo e audio, edición e distribución, optimizadas para internet e redes sociais.                     |
| CE16   | Capacidade para rexistrar, editar e distribuír fotografía, vídeo e audio de acordo con estándares optimizados para internet e as distintas redes sociais.                         |
| CT4    | Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.   |

**Resultados de aprendizaxe**

| Resultados de aprendizaxe  | Competencias       |
|--|--------------------|
| Atopar solucións creativas adaptadas a diferentes contextos de produción.  | CG1<br>CE14<br>CT4 |
| Saber trasladar información e emocións ás ferramentas da linguaxe audiovisual.   | CE15<br>CE16       |
| Xestionar as ferramentas de *hardware e software asociadas á produción de contidos audiovisuais en redes en todas as fases da produción. | CE15<br>CE16       |

**Contidos**

| 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<br><br>Manipulación da imaxe audiovisual en postproducción<br><br>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 docente

|                          | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|--------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Lección maxistral        | 6             | 18                 | 24           |
| Obradoiro                | 3             | 9                  | 12           |
| Prácticas de laboratorio | 12            | 12                 | 24           |
| Traballo                 | 0             | 15                 | 15           |
| Observación sistemática  | 0             | 0                  | 0            |

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

### Metodoloxía docente

|                          | 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                | 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

| 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 |

### Avaliación

|                         | Descrición   | Cualificación | Competencias Avaliadas      |
|-------------------------|--|---------------|-----------------------------|
| Traballo                | Entrega en tempo e forma dun traballo de acordo cos obxectivos e formato definido por lle docente coordinador da materia | 90            | CE14<br>CE15<br>CE16<br>CT4 |
| Observación sistemática | Asistencia ás sesións maxistrais, talleres e prácticas de laboratorio  | 10            |                             |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

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

#### 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**

---

Desenvolvimento de narrativas audiovisuais en contextos dixitais/P04M176V01203

---

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

|                    |  |                |            |                    |
|--------------------|--|----------------|------------|--------------------|
| Materia            | Prácticas profesionais   |                |            |                    |
| Código             | P04M176V01205  |                |            |                    |
| Titulación         | Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais |                |            |                    |
| Descritores        | Creditos ECTS<br>12  | Carácter<br>OB | Curso<br>1 | Cuadrimestre<br>2c |
| Lingua impartición | Castelán<br>Galego   |                |            |                    |
| Departamento       |  |                |            |                    |
| Coordinador/a      | Corbacho Valencia, Juan Manuel   |                |            |                    |
| Profesorado        | Corbacho Valencia, Juan Manuel   |                |            |                    |
| Correo-e           | jmcorbacho@uvigo.es  |                |            |                    |
| Web                |  |                |            |                    |
| Descrición xeral   | Prácticas en empresas e institucións xeral   |                |            |                    |

**Competencias**

|        |  |           |
|--------|--|-----------|
| Código |  | Tipoloxía |
| CG1    | Capacidade para integrarse en equipos de traballo multidisciplinares                             |           |
| CG2    | Capacidade de liderado   |           |
| CG3    | Capacidade para a organización do traballo   |           |
| CE19   | Coñecemento dos contextos e procesos do emprendemento empresarial.                               |           |
| CT4    | Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.                        |           |
| CT5    | Habilidade para a integración e aplicación de coñecementos nun proxecto de comunicación dixital. |           |

**Resultados de aprendizaxe**

|   |              |
|---|--------------|
| Resultados de aprendizaxe   | Competencias |
| Identificar os contextos e procesos do emprendemento empresarial.     | CE19<br>CT5  |
| Integrarse en equipos de traballo multidisciplinares.                 | CG1          |
| Organizar o traballo.   | CG3          |
| Xestionar a marca persoal e a propia reputación dixital.              | CT4          |
| Integrar e aplicar coñecementos nun proxecto de comunicación dixital. | CG2<br>CT5   |

**Contidos**

Tema  
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 de Ciencias Sociais e da Comunicación e outro na empresa de destino. plan de estudos

**Planificación docente**

|                               | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Prácticas externas            | 240           | 0                  | 240          |
| Informe de prácticas externas | 0             | 60                 | 60           |

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

**Metodoloxía docente**

|                    | Descrición  |
|--------------------|---|
| 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**

| Metodoloxías | Descrición |
|--------------|------------|
|              |            |

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

| <b>Avaliación</b>             |   |               |   |
|-------------------------------|---|---------------|---|
|                               | Descrición  | Cualificación | Competencias Avaliadas                  |
| Prácticas externas            | O titor na empresa emitirá un informe sobre a actividade do estudante durante o período de prácticas.   | 50            | CG1<br>CG2<br>CG3<br>CE19<br>CT4<br>CT5 |
| 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            |   |

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

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

##### **Bibliografía Básica**

##### **Bibliografía Complementaria**

#### **Recomendacións**

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

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****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<br>6   | Carácter<br>OB | Curso<br>1 | Cuadrimestre<br>2c |
| Lingua impartición | Castelán<br>Galego   |                |            |                    |
| Departamento       |  |                |            |                    |
| Coordinador/a      | Míguez González, María Isabel  |                |            |                    |
| Profesorado        | Míguez González, María Isabel  |                |            |                    |
| Correo-e           | mabelm@uvigo.es  |                |            |                    |
| Web                |  |                |            |                    |
| Descrición xeral   | Traballo Fin de Master   |                |            |                    |

**Competencias**

| Código | Tipoloxía  |
|--------|--|
| CB5    | 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. |
| CE19   | Coñecemento dos contextos e procesos do emprendemento empresarial.   |
| CT3    | Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos  |
| CT4    | Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.  |
| CT5    | Habilidade para a integración e aplicación de coñecementos nun proxecto de comunicación dixital.   |

**Resultados de aprendizaxe**

| Resultados de aprendizaxe                                    | Competencias       |
|--|--------------------|
| Deseñar o seu propio social media plan.                      | CB5<br>CE19<br>CT5 |
| Desenvolver a súa presenza e marca persoal en redes sociais. | CB5<br>CE19<br>CT4 |
| Crear un portafolio profesional.                             | CT3<br>CT4<br>CT5  |

**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> |
| Memoria de execución                          | <p>Creación do portfolio profesional de elementos creados ata a data de entrega do TFM.</p> <p>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.</p>  |

### Planificación docente

|                   | 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 | Competencias Avaliadas |
|------------|---------------|------------------------|
|------------|---------------|------------------------|

PresentaciónExecución e presentación do traballo fin de mestrado.

100

CB5  
CE19  
CT3  
CT4  
CT5

---

### **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 ter 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**