

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

| Datos de la asignatura     |  |
|----------------------------|--|
| <b>Nombre completo</b>     | Laboratorio de Contenidos Digitales  |
| <b>Código</b>              | E000005106   |
| <b>Título</b>              | <a href="#">Grado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pontificia Comillas</a>   |
| <b>Impartido en</b>        | Grado en Comunicación Audiovisual [Cuarto Curso]<br>Grado en Comunicación Audiovisual [Tercer Curso]   |
| <b>Nivel</b>               | Reglada Grado Europeo  |
| <b>Cuatrimestre</b>        | Semestral  |
| <b>Créditos</b>            | 3,0 ECTS   |
| <b>Carácter</b>            | Optativa (Grado)   |
| <b>Departamento / Área</b> | Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)   |
| <b>Responsable</b>         | Manuel Aguilera  |
| <b>Horario</b>             | Consultar web  |
| <b>Horario de tutorías</b> | Se comunicará al inicio de curso   |
| <b>Descriptor</b>          | Desarrollo de proyectos emprendedores adaptados al contexto digital y multiplataforma dentro de procesos de trabajo cooperativos sinérgicos basados en un entorno ágil. Team building: desarrollo organizacional, selección y motivación de equipos. Dinámicas de brainstorming. |

| Datos del profesorado      |   |
|----------------------------|---|
| <b>Profesor</b>            |   |
| <b>Nombre</b>              | Manuel Alejandro Aguilera Povedano          |
| <b>Departamento / Área</b> | Departamento de Ciencias de la Comunicación |
| <b>Despacho</b>            | 22  |
| <b>Correo electrónico</b>  | maguilera@cesag.comillas.edu                |

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

| Contextualización de la asignatura  |
|---|
| <b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>  |
| <p>El trabajo del comunicador depende de sus habilidades para desenvolverse en el mundo digital. El periodista, el publicista, el comunicador audiovisual y, en general, el creador de contenidos debe conocer y manejar las últimas herramientas para ser más productivo y eficaz. El marketing digital también es imprescindible para todas estas figuras profesionales.</p> <p>Los comunicadores audiovisuales se mueven tanto en los soportes tradicionales (cine, televisión) como en el entorno digital. El fácil acceso a los contenidos multimedia (texto, imagen y vídeo) mediante los smartphones, tabletas y ordenadores ha cambiado el modo de llegar a la gran audiencia. Internet es un entorno con su propia estrategia y estilo, y el comunicador debe conocerlos para posicionarse en el sector.</p> |
| <b>Prerequisitos</b>  |

Es necesario conocer los formatos y los estilos propios de la comunicación, así como la práctica de los géneros informativos. Además, es necesario estar familiarizado con las nuevas tecnologías, la edición de imagen y vídeo digital, las redes sociales y los diferentes recursos que ofrece internet.

## Competencias - Objetivos

### Competencias

#### GENERALES

|             |   |
|-------------|---|
| <b>CG03</b> | Conocer y utilizar con eficacia comunicativa los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas   |
| <b>CG06</b> | Desarrollar la capacidad analítica para la comprensión y el análisis de los diferentes relatos y de formatos hipertextuales                                 |
| <b>CG07</b> | Conocer el mercado audiovisual y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes.   |
| <b>CG10</b> | Gestionar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diversos productos escritos o audiovisuales |

#### TRANSVERSALES

|             |   |
|-------------|---|
| <b>CT02</b> | Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador |
| <b>CT03</b> | Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional   |
| <b>CT05</b> | Identificar problemas y posibles soluciones y tomar decisiones para una solución eficaz   |
| <b>CT06</b> | Diseñar y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética  |
| <b>CT07</b> | Aplicar los conocimientos adquiridos a la práctica  |
| <b>CT08</b> | Trabajar en equipo  |

#### ESPECÍFICAS

|             |  |
|-------------|--|
| <b>CE01</b> | Planificar y gestionar de forma eficaz los recursos humanos, económicos y técnicos, en la producción de contenidos cinematográficos, televisivos, videográficos, radiofónicos o multimedia, adaptándolos a los diferentes géneros audiovisuales                        |
| <b>CE05</b> | Ser capaz de aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el diseño de producción integral de un trabajo audiovisual en sus diversas fases, desde una perspectiva teórica y práctica.   |
| <b>CE07</b> | Realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y audiovisuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia |
| <b>CE08</b> | Usar adecuadamente herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso audiovisual para expresarse a través de imágenes o discursos audiovisuales con la calidad técnica imprescindible  |

## Resultados de Aprendizaje

|             |  |
|-------------|--|
| <b>RA01</b> | Demostrar autonomía y rigor en el cumplimiento de plazos y pautas de trabajo.  |
| <b>RA05</b> | Sintetizar la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas. |
| <b>RA06</b> | Demostrar la capacidad de comunicación y expresión con coherencia y corrección en el ejercicio profesional.  |

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

|  |
|--|
| <b>Contenidos – Bloques Temáticos</b>                              |
| <b>Bloque 1: creación de blogs y webs</b>                          |
| Diseño, HTML, redacción digital, SEO, analítica, etc.              |
| <b>Bloque 2: narración multimedia</b>                              |
| Imagen, podcast, gráficos, mapas, vídeos, flyers, cartelería, etc. |
| <b>Bloque 3: community management</b>                              |
| Facebook, Twitter e Instagram.                                     |
| <b>Bloque 4: marketing digital</b>                                 |
| Email marketing, buscadores, monitorización, clipping, etc.        |

## METODOLOGÍA DOCENTE

|  |
|--|
| <b>Aspectos metodológicos generales de la asignatura</b> |
| <b>Metodología Presencial: Actividades</b>               |
| Interacción profesor-estudiante                          |
| Seminarios-talleres                                      |
| <b>Metodología No presencial: Actividades</b>            |
| Trabajo autónomo del estudiante                          |

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

|                                    |
|------------------------------------|
| <b>HORAS PRESENCIALES</b>          |
| Clases teóricas y clases prácticas |
| 30.00                              |
| <b>HORAS NO PRESENCIALES</b>       |

Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación

45.00

**CRÉDITOS ECTS: 3,0 (75,00 horas)**

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

| Actividades de evaluación | Criterios de evaluación   | Peso |
|---------------------------|---|------|
| Examen final              | Recuperable. Es imprescindible un mínimo de un 4 en el examen final para aprobar la asignatura. | 40   |
| Trabajos                  | Recuperable   | 50   |
| Actitud y participación   | No recuperable  | 10   |

### Calificaciones

Tutorías, prácticas, trabajos, evaluaciones, aula virtual, exámenes. NOTAS IMPORTANTES:

- Las faltas ortográficas y de sintaxis son motivo de suspenso en cualquier parte de la asignatura (prácticas o examen).
- No se realizará media de calificaciones si no se obtiene el mínimo exigido en cada parte.
- La asistencia a clase es obligatoria y, por tanto, no implica calificación.
- Las ausencias injustificadas son motivo de suspenso de la asignatura sin derecho a recuperación.
- Las prácticas de realización obligada en clase no serán recuperables.
- Sólo las prácticas que se realicen fuera del aula serán recuperables. En cualquier caso, deben entregarse el día que marque el profesor para que se puedan recuperar.

#### **Artículo 15 de la normativa CESAG-Comillas**

1. Se denomina escolaridad al proceso de evaluación continua del cual forma parte esencial la asistencia a clase. (RG, art. 93)
2. La asistencia a clase y a las actividades docentes presenciales, cuya comprobación corresponde a cada profesor, es obligatoria para todos los alumnos. La inasistencia comprobada e injustificada a más de un tercio de las horas lectivas impartidas en cada asignatura, puede tener como consecuencia la imposibilidad de presentarse a examen en la convocatoria ordinaria del mismo curso académico. En el supuesto de que se aplicara esta consecuencia, la pérdida de convocatoria se extenderá automáticamente a la convocatoria extraordinaria. A todos los efectos, se considerará pendiente de cumplimiento de la escolaridad obligatoria de la asignatura.

## PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

| Actividades | Fecha de realización               | Fecha de entrega                   |
|-------------|------------------------------------|------------------------------------|
| Trabajo     | Al final el módulo correspondiente | Al final el módulo correspondiente |

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

- Bernal Triviño, Ana (2015): *Herramientas digitales para periodistas*. Barcelona, UOC.
- Cobo, Silvia (2012): *Internet para periodistas*. Barcelona, UOC.
- Sainz De Vicuña Ancín, JM (2015) *Plan de marketing digital en la práctica*. Madrid. ESIC.
- Tascón, Mario (dir.) (2012): *Escribir en internet*. Madrid, Fundación del Español Urgente.

### Bibliografía Complementaria

- Bernal Triviño, Ana (2015): *Herramientas digitales para periodistas*. Barcelona, UOC.
- Boczkowski, Pablo (2004): *Digitizing the News*. Boston (USA) Massachusetts Institute of Technology; y *News at work*. Chicago. Londres. The University of Chicago Press.
- Bradshaw, Paul, y Rohumaa, Liisa (2011): *The online journalism handbook*. Gosport. Pearson.
- Brown, Blain (2014): *The Filmmaker's Guide to Digital Imaging: for Cinematographers, Digital Imaging Technicians, and Camera Assistants*. Focal Press.
- Cairo, Alberto (2011): *El arte funcional*. Madrid, Almut.
- Campo, Carlos J (2014): *HTML5 para periodistas*. Madrid, Estrategia del contenido.
- Camus, Juan Carlos: *Tienes 5 segundos. Gestión de contenidos digitales*. Santiago de Chile, 2009
- Echevarría, Mirta, y Viada, Mónica (2015): *Periodismo en la web. Lenguajes y herramientas de la narrativa digital*. Córdoba (Argentina), Brujas. [Descargable](#).
- Fenton, Natalie (ed.) (2010): *New media, old news*. Londres. Sage
- Gunter, Barrie (2008): *News and the Net*. New Jersey. Londres. Lawrence Erlbaum Publishers.
- Hassan, Robert y Thomas, Julian (2006): *The New Media Theory Reader*. Maidenhead. Gran Bretaña. Open University Press.
- Pérez Tornero, José Manuel; Tejedor, Santiago (2014): *Escribir para la red*. UAB. Barcelona.
- Ortells-Badenes (2016): "Vídeos de producción propia en la prensa digital: buscando el equilibrio entre la calidad y la inmediatez". *Revista Latina de Comunicación Social*, 71
- Quinn, Stephen y Filak, Vincent (eds) (2005): *Convergent Journalism*. Amsterdam, Londres. Elsevier.
- Sabés, Fernando (ed.) (2006) *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital*. Zaragoza. Asociación de la Prensa de Aragón.
- Silverman, Craig (ed.) (2014) *Verification handbook*. Maastricht. European Journalism Centre.  
En <http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook.pdf>

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

<https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>