

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Laboratorio de Contenidos Digitales
Código	E000005106
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Cuarto Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	3,0 ECTS
Carácter	Optativa (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Manuel Aguilera
Horario	Consultar web
Horario de tutorías	Se comunicará al inicio de curso
Descriptor	Desarrollo de proyectos emprendedores adaptados al contexto digital y multiplataforma. Herramientas para el periodismo, la comunicación corporativa y el marketing digital. Creación de contenido visual e interactivo. Nuevas narrativas en Internet.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Nuria Blanco Hernández
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Correo electrónico	nblanco@cesag.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<p>Aportación al perfil profesional de la titulación</p> <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 publicistas se mueven tanto en los soportes tradicionales (prensa, radio, 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 al gran público. Internet es un entorno con su propia estrategia y estilo, y el publicista debe conocerlos para posicionarse en el sector.</p>
<p>Prerrequisitos</p> <p>Es necesario conocer los formatos y los estilos propios de la comunicación, así como la práctica de los géneros informativos. Además, es</p>

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

CG03	Conocer y utilizar con eficacia comunicativa los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas (por ejemplo: foros, blogs, redes sociales, microblogging) en el entorno de la cultura digital.
CG06	Desarrollar la capacidad analítica para la disección, comprensión y análisis de los diferentes relatos y de formatos textuales en el contexto mediático, cultural y social actual.
CG07	Conocer el mercado audiovisual, las fuerzas que lo conforman y su lógica interna y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes convencionales o de nueva aparición.
CG10	Saber gestionar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diversos productos escritos o audiovisuales o los nuevos formatos resultado de la convergencia digital.

TRANSVERSALES

CT02	Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
CT03	Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional
CT05	Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.
CT06	Diseñar, construir y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética y respetuosa con el papel de los agentes implicados, en el marco de la comunicación.
CT07	Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver los obstáculos que surjan en la práctica de la comunicación .
CT08	Trabajar en equipo.

ESPECÍFICAS

CE02	Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.
CE03	Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.
CE07	Saber crear, establecer y aplicar un plan de comunicación y definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes.

Resultados de Aprendizaje

RA1	Demostrar autonomía y rigor en el cumplimiento de plazos y pautas de trabajo.
------------	-------------------------------------------------------------------------------

RA5	Sintetizar la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas.
RA5	Demstrar la capacidad de comunicación y expresión con coherencia y corrección en el ejercicio profesional.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos	
Bloque 1: creación de webs, blogs y diarios digitales	
Diseño, HTML, redacción digital, SEO, fact-checking e inteligencia artificial.	
Bloque 2: narración multimedia	
Edición de podcast, imagen, gráficos, mapas interactivos, vídeos, vlogs, etc.	
Bloque 3: community management	
Facebook, Twitter, Instagram, Youtube y TikTok.	
Bloque 4: marketing digital	
Email marketing, buscadores, monitorización, clipping y analítica.	

METODOLOGÍA DOCENTE

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

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	
30.00	
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
45.00	

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	Recuperables	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 del módulo correspondiente	Al final del módulo correspondiente

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

- Bernal Triviño, Ana (2015): *Herramientas digitales para periodistas*. Barcelona, UOC.

- Rodríguez Fernández, Óscar (2016): *10 sencillos pasos para una estrategia efectiva en redes sociales*. Madrid, Social Business.
- 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.
- Ramírez, María (2022). *El periódico. 25 años de auge y catarsis del periodismo en Internet*. Debate.

Bibliografía Complementaria

- 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, AlamuT.
- Campo, Carlos J (2014): *HTML5 para periodistas*. Madrid, Estrategia del contenido.
- Camus, Juan Carlos (2009): *Tienes 5 segundos. Gestión de contenidos digitales*. Santiago de Chile
- Cobo, Silvia (2012): *Internet para periodistas*. Barcelona, UOC
- 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.
- Ramírez, María (2022). *El periódico. 25 años de auge y catarsis del periodismo en Internet*. Madrid. Debate.
- 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>