



GUÍA DOCENTE

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	TIC y Comunicación Multimedia
PLAN DE ESTUDIOS:	Máster Universitario en Comunicación Corporativa
MATERIA:	La comunicación digital en la empresa
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria
ECTS:	4
CURSO:	Primero
SEMESTRE:	Primero
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Español
PROFESORADO:	Dr. Manuel Masias Prof. Michelle Moreira
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	manuel.masias@uneatlantico.es michelle.moreira@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica
CONTENIDOS:
Tema 1. Nociones estéticas y de lenguaje multimedia. Subtema 1.1 Comunicación online Subtema 1.2 Escribir para internet Subtema 1.3 Composición en pantalla Tema 2. Principales herramientas y plataformas de la Web 2.0., para productos informativos y de entretenimiento, útiles a los procesos de comunicación interna de la empresa. Subtema 2.1 Web 2.0, web 3.0 y comunicación Subtema 2.2 Redes sociales, wikis y weblogs Subtema 2.3 Plataformas y herramientas para el comunicador multimedia Tema 3. Creación de contenidos.



COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CG1. Poseer la formación para la comprensión de procesos y prácticas de comunicación en diferentes contextos.
- CG2. Poseer la formación para reconocer procesos de innovación en comunicación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CE16. Aplicar conocimientos teóricos sobre los recursos y las herramientas de la comunicación digital de que dispone la empresa en la actualidad para la elaboración y difusión de contenidos informativos y de entretenimiento.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Aplicar las principales pautas de la comunicación digital y multimedia en productos con finalidad informativa y de entretenimiento, en los procesos de comunicación interna de la empresa.
- Aplicar recursos de la web 2.0, que optimizan resultados en el ámbito de la comunicación corporativa, y el alcance de objetivos empresariales.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos
- Aprendizaje cooperativo
- Trabajo autónomo

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno llevará a cabo las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas	
Actividades supervisadas	Actividades de foro
	Supervisión de actividades
	Tutorías individuales
Actividades autónomas	Sesiones expositivas virtuales
	Preparación de actividades de foro
	Estudio personal y lecturas
	Elaboración de un trabajo individual
	Elaboración de una actividad práctica
	Realización de actividades de autoevaluación

El día de inicio del período lectivo de la asignatura, el profesor proporciona información detallada al respecto para que el alumno pueda organizarse.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Actividades de debate	10%
Trabajo	30%
Actividad práctica	20%
Prueba tipo test en línea	40%

Para más información, consúltese [aquí](#).

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En la convocatoria extraordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Calificación obtenida en la actividad práctica y de debate de la convocatoria ordinaria	30%
Realización de un trabajo individual	30%
Realización de una prueba tipo test	40%

Para más información, consúltese [aquí](#).



BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria y están ordenadas en orden de importancia:

- Tejedor, S. (s.f.) TIC y comunicación multimedia. Material didáctico propio elaborado para el máster.
- Cabrera, M. A. (2001) Convivencia de la prensa escrita y la prensa “on line” en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 7. Recuperado el 24 de noviembre de 2017 de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0101110071A>
- Orihuela, J. L. (2004). Los 10 Paradigmas de la e-Comunicación. Recuperado el 24 de noviembre de 2017 de www.agetec.org/ageteca/Los%2010Paradigmas%20de%20la%20e-Comunicacion.pdf
- Gómez, R. (2002) La influencia de las nuevas tecnologías en la cultura audiovisual contemporánea. Recuperado el 24 de noviembre de 2017 de <https://revistas.uam.es/tarbiya/article/view/7397>

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable. Están ordenadas alfabéticamente:

- Cerezo, J. M. (dir.) (2006). La blogosfera hispana. Pioneros de la cultura digital. Fundación France Telecom.
- Díaz, J.; Salaverría, R. (coords.). (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel.
- Fumero, A.; Roca, G. (2007). *Web 2.0*. Fundación Orange.
- Igarza, R. (2008). *Nuevos medios: Estrategias de convergencia*. Buenos Aires, La Crujía ediciones.
- López, X.; Otero, M. (2007). *Bitácoras. La consolidación de la voz del ciudadano*. Netbiblio, La Coruña (España).
- Elonie, J. C. (2006). *Blogger*. Anaya Multimedia, Madrid.
- Meso, K. (2002). Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del Periodismo: el periodista digital. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, La Laguna (Tenerife), Junio-Septiembre, Año 5, Nº 51.
- Moreno, A. (2000). *Diseño ergonómico de aplicaciones hipermedia*. Paidós: Barcelona.
- [10] NAFRÍA, ISMAEL. (2007). *Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de Internet*. Gestión 2000, Barcelona.
- Robledo, K.; Atarama, T. y Palomino, H. (2017) De la comunicación multimedia a la comunicación transmedia: una revisión teórica sobre las actuales narrativas periodísticas. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Ediciones Complutenses. Recuperado el 24 de noviembre de 2017 de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/55593>

WEBS DE REFERENCIA:



- Xarxa TIC: <http://www.xarxatic.com/>

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

- Base de datos EBSCO – Acceso a través del campus virtual.