

## GUÍA DOCENTE

### DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

|   |   |
|---|---|
| <b>ASIGNATURA:</b>                      | Aplicaciones multimedia en la creación publicitaria |
| <b>PLAN DE ESTUDIOS:</b>                | Grado de Publicidad y Relaciones Públicas           |
| <b>CENTRO:</b>                          | Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades         |
| <b>CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:</b>       | Obligatoria   |
| <b>ECTS:</b>                            | 6   |
| <b>CURSO:</b>                           | Segundo   |
| <b>SEMESTRE:</b>                        | 2   |
| <b>IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:</b>        | Español   |
| <b>NOMBRE Y APELLIDOS:</b>              | Santos Gracia                                       |
| <b>DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:</b> | santos.gracia@uneatlantico.es                       |

### DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

|  |
|--|
| <b>CONTENIDOS:</b>   |
| <p><u>Tema 1</u><br/>Internet no es una herramienta, es un nuevo espacio social</p> <p><u>Tema 2</u><br/>Publicidad en Internet un nuevo desafío profesional</p> <p><u>Tema 3</u><br/>Herramientas y artefactos digitales para la comunicación digital</p> <p><u>Tema 4</u><br/>Internet como herramienta de márketing y relación social</p> <p><u>Tema 5</u><br/>Nuevas técnicas y campos de publicidad digital: Gamificación, Infografías, líneas del tiempo</p> |

## COMPETENCIAS

### Competencias generales:

CG1. Capacidad para reconocer, analizar e interpretar diversos procesos de comunicación.

CG3. Capacidad para crear y comunicar mensajes a públicos diversos.

### Competencias específicas:

CE16. Conocer diversas aplicaciones multimedia disponibles en la actualidad para el soporte de actividades publicitarias.

### Resultados de aprendizaje:

- Conocer los fundamentos y antecedentes del lenguaje multimedia en el campo publicitario.
- Identificar las características y usos del lenguaje multimedia aplicados al campo de la publicidad.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

En la convocatoria ordinaria la asignatura se evaluará de la siguiente manera:

Evaluación continua:

- a) Una prueba parcial escrita teórica y/o práctica (25%)
- b) Resolución de casos prácticos, realización de trabajos grupales e individuales, prácticas en estudio de radio/plató de TV) (20%)
- c) Interés y participación del alumno en la asignatura (5%)

Evaluación final:

- d) Una prueba final escrita teórico-práctica (50 %)

La nota del examen final no podrá ser inferior en ningún caso a 3,5 puntos sobre 10 para hacer media con la calificación obtenida en la evaluación continua. Si la nota del examen final es inferior a 3,5 puntos, la calificación final de la asignatura será un suspenso.

El alumno que suspenda en la convocatoria ordinaria deberá examinarse, en la convocatoria extraordinaria, del conjunto de la asignatura. En esta convocatoria, se guardarán las calificaciones obtenidas en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

### BIBLIOGRAFÍA GENERAL

CEREZO, JOSÉ M. (dir.) (2006). La blogosfera hispana. Pioneros de la cultura Digital. Fundación France Telecom.

DÍAZ NOCI, JAVIER; SALAVERRÍA ALIAGA, RAMÓN. (coords.). (2003). Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona, Ariel.

FUMERO, ANTONIO; ROCA, GENÍS. (2007). Web 2.0. Fundación Orange.  
IGARZA, ROBERTO. (2008). Nuevos medios: Estrategias de convergencia. Buenos Aires, La Crujía ediciones.

LÓPEZ GARCÍA, XOSÉ; OTERO LÓPEZ, MARITA. (2007). Bitácoras. La Consolidación de la voz del ciudadano. Netbiblio, La Coruña (España).

ELONIE, JULIE C. (2006). Blogger. Anaya Multimedia, Madrid.

MESO AYERDI, KOLDOBIKA. (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.

MOLIST, MERÇÉ. (2006). El 'mashup', La Mezcla De Servicios En Internet Atrae A La Empresas. En: Ciberpaís, EL PAÍS, Jueves 26 de octubre de 2006.

MORENO MUÑOZ, ANTONIO. (2000). Diseño ergonómico de aplicaciones Hipermedia. Paidós: Barcelona.

NAFRÍA, ISMAEL. (2007). Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de Internet. Gestión2000, Barcelona.

O'REILLY, TIM. (2005). GAT Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. (09-30-2005)  
Enlace web: <http://www.oreillynet.com>

### BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

### WEBS DE REFERENCIA

### OTRAS FUENTES DE CONSULTA