

# Guía docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

|  |  |                |       |
|--|--|----------------|-------|
| Titulación:                              | Experto en Social Media Management (Título Propio asociado a Comunicación Audiovisual) |                |       |
| Facultad/Escuela:                        | Ciencias de la Comunicación  |                |       |
| Asignatura:                              | Fotografía en Redes Sociales   |                |       |
| Tipo:                                    | Propia Obligatoria   | Créditos ECTS: | 3     |
| Curso:                                   | 2  | Código:        | 18314 |
| Periodo docente:                         | Tercer semestre  |                |       |
| Tipo de enseñanza:                       | Presencial   |                |       |
| Idioma:                                  | Castellano   |                |       |
| Total de horas de dedicación del alumno: | 75   |                |       |

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Las redes sociales han transformado el uso de la fotografía digital, su alcance y su papel en la sociedad. En esta asignatura estudiaremos el comportamiento de la fotografía en redes sociales tanto desde un punto de vista técnico -cómo manejarlas-, como desde un punto de vista práctico -ejemplos reales y experimentos de los propios alumnos-, sin olvidar la base teórica necesaria para hacerlo con seguridad. El objetivo es que el alumno sepa analizar y domine el uso de la fotografía en redes sociales para alcanzar sus objetivos.

## DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

| ACTIVIDAD PRESENCIAL | ACTIVIDAD NO PRESENCIAL |
|----------------------|-------------------------|
| 30 horas             | 45 horas                |

## OBJETIVO

1. Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
2. Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
3. Tener la capacidad de valorar correctamente el propio uso de las redes sociales. Saber analizar las estrategias

- que guían el uso ajeno de imágenes en redes sociales.
4. Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
  5. Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos. Integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos laborales diversos.
  6. Adaptarse, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales y artísticos y a los avances que se producen en el ámbito profesional.
  7. Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional.
  8. Determinar y, en su caso, crear soluciones fotográficas adecuadas a los objetivos de un proyecto en las redes sociales.
  9. Optimizar el uso de la fotografía en cada red social según sus características.
  10. Dominar la metodología de los nuevos modos y usos de la fotografía en la red.
  11. Reflexionar sobre la influencia social de la fotografía, valorar su incidencia en la vida cotidiana del individuo y su capacidad para generar identidad, innovación y nuevas formas producción.
  12. Reflexionar sobre la influencia de las redes sociales, particularmente la fotografía, en los medios de comunicación.
  13. Analizar de forma crítica el origen y la intención del uso de las fotografías en redes sociales por parte de los medios.
  14. Comprender el marco legal y reglamentario que regula la actividad fotográfica en la red y la propiedad intelectual.
  15. Aumentar la destreza fotográfica, especialmente con dispositivos móviles.
  16. Presentar las propias ideas o conclusiones de forma atractiva y eficaz.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Con esta asignatura el alumno recibirá conocimientos teórico-prácticos sobre redes sociales y aplicaciones basadas en la fotografía, legislación, elaboración de campañas, funcionamiento de las dinámicas de la red mediante imágenes y trabajo en equipo

## TEMARIO

- Tema 1: Fotografía básica. Cámaras réflex frente a dispositivos móviles.
- Tema 2: Redes Sociales. Módulo básico: facebook, twitter, google+ e instagram. Uso de la fotografía en todas ellas.
- Tema 3: Otras plataformas: blog, tumblr, 500px, flickr, WhatsApp, Etc. Uso de la fotografía en todas ellas.
- Tema 4: Aplicaciones de retoque: PhotoEditor, VSCO cam, Hipstamatic, Squaready, etc.
- Tema 5: Retoque y almacenamiento de fotografías en la nube.
- Tema 6: Perfiles y modos de color. Resolución. Tipos de archivos. Compresión.
- Tema 7: Iconografía y construcción del imaginario colectivo e individual.
- Tema 8: Fotografía en campañas comunicación, prensa, publicidad, arte, etc. Usos pre y post internet.
- Tema 9: Marca personal.
- Tema 10: Derechos de autoría. Marco legal para publicación de imágenes propias.
- Tema 11: Derechos de imagen. Marco legal para uso de imágenes ajenas.
- Tema 12: Streaming. Diferencias entre cobertura en directo mediante texto, foto y vídeo.

## METODOLOGÍA/ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Evaluación continua.

Explicaciones teóricas de parte del temario.

Ejercicios individuales y en grupo en relación a la teoría expuesta.

Búsqueda, análisis y desarrollo de contenidos del temario de manera individual y en grupos.

Explicación al resto de la clase de los contenidos generados.

Prácticas de aplicación de los contenidos aprendidos en clase dentro y fuera del horario lectivo.

Exámenes puntuales y finales opcionales.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Asistencia, motivación y participación en las clases.

Originalidad y creatividad de los ejercicios prácticos propuestos.

Capacidad comunicativa y efectividad de la acción fotográfica online propuesta.

Calidad y presentación de los ejercicios prácticos propuestos.  
Análisis y defensa teórica en las participaciones en clase y de las presentaciones teóricas.  
Evolución y progresión durante el curso.  
Examen de conceptos básicos sobre el temario visto en clase.

La nota final es la media ponderada de todos los criterios de evaluación.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **Bibliografía básica**

César Rendueles, Sociofobia. Capitan Swing 2014 ISBN:978-84-941690-0-7  
Los condenados de la pantalla, Hito Steyerl, Caja Negra editora 2014 ISBN: 978-987-1622-31-3  
Volverse público, Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea, Boris Groys, Caja Negra editora 2014 ISBN: 978-987-1622-30-6  
Capitalisme et Schizophrénie 1. L'Anti-Œdipe. Deleuze, Gilles & Guattari, Félix (1972). París: Minuit. ISBN 2-7073-0067-5  
Capitalisme et Schizophrénie 2. Mille Plateaux. Deleuze, Gilles & Guattari, Félix (1980). París: Minuit. ISBN 2-7073-0307-0