

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Comunicación Audiovisual		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Gestión de la Imagen en Redes Sociales		
Tipo:	Optativa	Créditos ECTS:	3
Curso:	4	Código:	3058
Periodo docente:	Octavo semestre		
Materia:	Técnicas de Producción y Comunicación Aplicada		
Módulo:	Organización y Producción de la Comunicación Audiovisual y Multimedia		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	75		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Patricia Beleña Calado	p.belena@ufv.es
Isabel Erica Klaue Lignes	isabel.klaue@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

El universo de Internet y las redes sociales avanzan tan rápidamente que como usuarios corrientes, resulta complicado saber sacarle todo el partido o conocer toda la letra pequeña. Se trata de aprender a sacarle partido profesional tanto a Internet como a las redes sociales, por un lado, a nivel personal y por otro, en lo relativo a la comercialización.

OBJETIVO

Conocer en profundidad el uso de la imagen en Internet y redes sociales tanto a nivel personal como profesional. Además, aprender a poner en práctica el potencial de las redes sociales como herramienta de ventas, haciendo especial hincapié en los límites legales.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Informática a nivel usuario así como buen manejo de redes sociales y aplicaciones móviles relacionadas con la toma de fotografías y edición de imagen.

CONTENIDOS

El temario se divide en cuatro bloques:

BLOQUE 1. Reputación online y marca personal

- 1.1. Marca personal. Estar presente en Internet y de que manera.
- 1.2. Comunicar a través de tu imagen: La web propia/ portfolio/reel. Imagen de perfil. Perfil de LinkedIn.

BLOQUE 2. La empresa en Internet

- 2.1. Por qué y cómo deben estar presentes las empresas en Internet.
- 2.2. Marketing de contenidos.

BLOQUE 3. Marketing de influencers

- 3.1. Agencias
- 3.2. El ratio de *engagement*
- 3.3. Alcance por red social. Instagram. TikTok. Facebook. Youtube. Twitter.
- 3.4. Tipos de colaboración
- 3.5. Detectar fraudes

BLOQUE 4. Generación de contenido

- 4.1. Formatos y tamaños de imágenes para Internet.
- 4.2. Generación de contenido para redes sociales.
- 4.3. SEO: Optimizar imágenes.
- 4.4. Apps actuales editar y planificar.
- 4.5. Inteligencia artificial como aliada. Apps y usos.
- 4.6. Bancos de imágenes.
- 4.7. La fotografía de *stock* como salida profesional.

BLOQUE 5. Ámbito legal

- 5.1. Qué imágenes se pueden usar y para que. Excepciones.
- 5.2. La imagen de menores en Internet.
- 5.3. LPI (Ley de propiedad intelectual). La Ley que protege el uso de las imágenes.
- 5.4. Registro de obras. Copyright. Registro de la propiedad.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases teóricas y expositivas: Exposición de contenidos y actividades por parte del profesor con participación de los estudiantes en el comentario de los temas expuestos.

Elaboración de trabajos individuales y grupales: En cada bloque se realizará un ejercicio para poner en práctica los temas expuestos en el aula y profundizar en ellos. Algunos de ellos se realizarán en el aula y otros de manera autónoma en casa.

Exposiciones: Los trabajos se expondrán ante los compañeros para compartir con el resto el trabajo realizado. Serán de tipo individual y/o en grupo.

Evaluación: Se realizaran trabajos prácticos a lo largo del curso, presenciales o autónomos, individuales o en grupo. El alumno deberá demostrar la adquisición de conocimientos y competencias asociadas a la asignatura mediante la realización del proyecto final y otras pruebas individuales o en equipo, que se llevarán a cabo de acuerdo con la evaluación continua de la asignatura. Por último, se realizará un examen final.

SESIÓN	CONTENIDO
1	Teoría en el aula
2	Teoría en el aula
3	Práctica en plató y exteriores del campus
4	Teoría en el aula
5	Teoría en el aula
6	Teoría en el aula
7	Práctica en el aula
8	Práctica en exteriores y plató
9	Revisión de trabajos en el aula
10	Teoría en el aula
11	Teoría en el aula
12	Exposiciones en el aula
13	Exposiciones en el aula

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
30 horas	45 horas

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución

de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

Ser capaz de aplicar y dominar la tecnología aplicada al campo de la comunicación audiovisual y multimedia.

Competencias específicas

Saber utilizar y conocer las tecnologías y los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información, así como para expresar y difundir creaciones a través de los medios de comunicación audiovisual.

Comunicar y crear mensajes y programas en el lenguaje propio de cada medio de comunicación audiovisual (fotografía, radio, televisión, cine, multimedia), y en los soportes digitales que vehiculan la comunicación y la información.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Adquiere la capacidad para gestionar las imágenes en redes sociales, tanto a nivel personal como orientado a la empresa, lo que constituye una ventaja en cualquier tipo de medio de comunicación (televisión, radio, prensa escrita, medios digitales, comunicación institucional).

Domina y desarrolla el ejercicio fotográfico y videográfico, y su procesado en entornos multimedia y de la Red. Sabe elaborar material audiovisual de calidad y creativo tanto para sus propios perfiles sociales, como desde un punto de vista promocional o institucional.

Saber elegir, filtrar a través de la creatividad, aprende a usar los recursos de los que disponga para idear y crear material creativo, innovador y profesional explotando sus conocimientos profesionales.

Entiende la responsabilidad y el marco legal que compete al uso de imágenes en internet.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Evaluación continua:

- 10% Asistencia y participación en clase
- 70% Entrega y exposición de practicas individuales y grupales 10% Prácticas individuales30% Práctica grupal60% Trabajo final
- 20% Examen final de la asignatura (Es necesario obtener más de un 3 para aprobar la asignatura)

Sin evaluación continua y alumnos con dispensa académica:

- 50% Entrega de prácticas (Es necesaria la entrega de todas las prácticas para poder optar al 50%)
- 50% Examen final

Convocatoria extraordinaria:

- Realización de examen teórico.

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a los establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Eva Sanagustín Marketing de contenidos 2020

Fernando Maciá Estrategias de marketing digital 2018

Clara Ávila Estrategias y marketing de contenidos 2019

Complementaria

Alberto Palomar Olmeda Estudios sobre la ley general de comunicación audiovisual 2023

Si no aportas no importas Guillem Recolons 2020