

Guía Docente

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

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 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.
- 2.3. Marketing de influencers.

BLOQUE 3. Ámbito legal.

- 3.1. Qué imágenes se pueden usar y para qué (Bancos de imágenes gratuitos y de pago).
- 3.2. Tipos de uso (personal, comercial, institucional...)
- 3.3. La imagen de menores en Internet.
- 3.4. LPI (Ley de propiedad intelectual). La Ley que protege el uso de las imágenes.
- 3.5. Opciones de imágenes seguras.

BLOQUE 4. Generación de contenido propio.

- 4.1. Formatos y tamaños de imágenes en Internet.
- 4.2. SEO: Optimizar imágenes.
- 4.3. Apps actuales para retoque fotográfico semi-profesional.
- 4.4. Uso de Canva.
- 4.5. Bancos de imágenes.
- 4.6. La fotografía de Stock como salida profesional.

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. Dicha parte se complementa con una lectura obligatoria.

Elaboración de trabajos individuales: En cada bloque se realizará un ejercicio para poner en práctica los temas expuestos en el aula.

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 realizarán 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. Además, habrá una prueba específica tras la lectura de un libro.

Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL

TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL

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

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.

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.

Ser responsable y ético con el uso de las imágenes en internet, sabiendo discernir cuándo publicar o no un contenido, y en su caso, desde una visión humana y digna.

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 el 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

10% Prueba escrita basada en la lectura de un libro

80% Entrega y exposición de prácticas individuales y grupales

- 20% Práctica individual

- 20% Práctica grupal

- 60% Trabajo final

Sin evaluación continua y convocatoria extraordinaria:

50% Entrega de prácticas*

50% Examen extendido, incluyendo la lectura del libro*

*Es necesaria la entrega de todas las prácticas para poder optar al 50%.

*Es necesario obtener una calificación igual o superior de 5 en el examen para poder aprobar la asignatura.

Dada la situación actual, en el caso de que las autoridades sanitarias nos obliguen a impartir la docencia en remoto, se mantendrán los sistemas de evaluación, siendo sustituida la asistencia presencial en el aula, por presencia en remoto, o bien seguimiento online de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

BYUNG- CHUL, Han (2013): La sociedad de la transparencia, Ediciones Herder

Complementaria

GAMBLE, STEPHEN (2016): Visual Content Marketing: Leveraging Infographics, Video, and Interactive Media to Attract and Engage Customers. Wiley.

BLANCO, CRISTINA (2016): "Objetivo: Influencer". Arcopress.

HUMBERSTONE, FIONA (2016): "How to style your Brand". Cooper Beech Press.

BASSAT, L. (2014): "La creatividad", Madrid: Conecta.