

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Periodismo		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Comunicación Virtual		
Tipo:	Optativa	Créditos ECTS:	3
Curso:	4	Código:	3286
Periodo docente:	Séptimo semestre		
Materia:	Información Periodística y Comunicación Digital (Diseño)		
Módulo:	Herramientas de Comunicación		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	75		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Silvia Rincón Alonso	silvia.rincon@profesores.ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

A través de esta asignatura nos aproximaremos a las nuevas narrativas que demandan los nuevos soportes comunicativos y las denominadas "nuevas audiencias". La rapidez con la que hoy en día fluye la información y la sobresaturación informativa que sufrimos, exige la revisión y la adaptación del mensaje informativo. Elaborar un mensaje persuasivo, capaz de hacer que nuestro público pase a la acción, requiere de técnicas concretas adaptadas al nuevo panorama mediático.

OBJETIVO

Conocer las características del nuevo consumidor audiovisual, consumidor digital, nuevos consumidores de noticias..
Conocer las características de las denominadas “nuevas ventanas comunicativas”
Adaptar nuestros mensajes a estos nuevos consumidores y a estos nuevos canales comunicativos

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Los alumnos deberán estar familiarizados con el uso de Redes Sociales y deben mostrar un hábito de consumo de información periodística en soportes multimedia (Textos, imágenes y sonidos).

CONTENIDOS

Bloque I.- Fundamentos teóricos sobre las nuevas narrativas multimedia
Bloque II.- Adaptación del mensaje al medio y al contexto situacional
Facebook
Twitter
Youtube
Power Point
Charlas TED

ACTIVIDADES FORMATIVAS

CLASE EXPOSITIVA PARTICIPATIVA¹⁵
EVALUACIÓN²
CLASES PRÁCTICAS⁵
SEMINARIOS TEÓRICO-PRÁCTICOS, TALLERES,
CONFERENCIAS, MESAS REDONDAS:
(Trabajo en pequeños grupos con el fin de profundizar en contenidos didácticos específicos, tutorías individuales o grupales)⁸

NO PRESENCIAL (45 HORAS TRABAJO AUTÓNOMO)
TRABAJOS INDIVIDUALES O EN GRUPO²⁰
ESTUDIO TEÓRICO Y PRÁCTICO¹⁷
TRABAJO VIRTUAL EN RED⁸

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

Competencias generales

Descubrir, valorar y contrastar con uno mismo diversas respuestas a las preguntas existenciales que caracterizan la vida personal y comunitaria.

Dominar las tecnologías aplicadas al campo de la comunicación en general y del Periodismo en particular.

Competencias específicas

Adquirir la capacidad para utilizar, los recursos informáticos, las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados o interactivos (multimedia).

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 diferentes soportes multimedia. Especialmente, el diseño gráfico y la infografía.

Dominar y desarrollar el ejercicio periodístico en entornos multimedia y de la Red.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimiento de las herramientas, dispositivos y aplicaciones que se emplean en las nuevas narrativas informativas.

Conocimientos sobre la particularidad informativa de cada medio

Conocimientos sobre la elaboración de discursos argumentativos e informativos adecuados a cada medio

Conocimientos sobre competencias comunicativas para hablar en público

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

1. Evaluación continua

- Trabajos y ejercicios individuales: 65%
- Asistencia y participación en las actividades presenciales en el aula: 5%
- Examen teórico o práctico: 30% de la nota final

2. Sin evaluación continua y convocatoria extraordinaria:

- Trabajo individual: 40%

- Examen: 60%

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Cebrián, M. y Flores, J. (Universidad Complutense de Madrid, 2014). Innovaciones periodísticas en las redes sociales.
Cortés, M. (Editorial UOC, 2009). Nanoblogging. Los usos de las nuevas plataformas de comunicación en la red.
Del Fresno, M., Marqués, P. y Paunero, D. (Editorial UOC, 2014). Conectados por redes sociales

Complementaria

Scolari, Carlos Alberto (Deusto, 2013), Narrativa transmedia
López, Xosé (Pearson, Prentice Hall, 2006) "Sistemas digitales de información

Anderson,CHRIS J. 2016. GESTION 2000. Charlas TED .

Sonja JENSEN , 2013. Amat Editorial. Cómo presentar para convencer: guía para cautivar e inspirar.

Carlos J.Van-der Hofstadt Román. 2005.Editorial Diaz de Santos . El libro de las habilidades de comunicación, .

Guillem Bou Bauza. 2005. Editorial Pirámide. Comunicación persuasiva para directivos, directores y dirigentes, .