

Curso académico: 2025/26

200271 - Estratexias de Comunicación Multimedia

A guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente de acordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías.

Información da Guía Docente

Código materia: 200271

Titulación: 10013 - Grao en Comunicación Audiovisual

Tipo: Optativa

Curso: 3

Número de ECTS: 6.0

Periodo: Segundo cuatrimestre

Idiomas:

Coordinación titulación: Ana María González Neira

Coordinación materia: Patricia Comesaña Comesaña

Profesorado: Patricia Comesaña Comesaña

1. Descrición xeral

A materia de Estratexias de Comunicación Multimedia resulta de interese para a formación dos futur@s titulad@s en comunicación audiovisual debido á relevancia que adquiren as novas formas de comunicación integradas a través de diversos medios no ámbito da cultura da converxencia.

Esta materia pretende dotar o alumnado das ferramentas adecuadas para coñecer as características das mensaxes nas diferentes plataformas e pantallas, en especial no que se refire ao proceso de planificación, produción e avaliación dun proxecto transmedia.

2. Resultados de formación e aprendizaxe (titulacións RD 822/2021) ou competencias (titulacións RD 1393/2007)

Competencias (titulación RD 1393/2007)

- [A01] Comunicar mensaxes audiovisuais.
- [A02] Crear produtos audiovisuais.
- [A06] Coñecelo sector audiovisual: a oferta e as audiencias.
- [A07] Coñecelas técnicas de creación e produción audiovisual.
- [A08] Coñecela tecnoloxía audiovisual.
- [A12] Coñecelos principais códigos da mensaxe audiovisual.
- [B09] Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida e solidaria capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e imprantar solución baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común
- [C01] Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.

- **[C02]** Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.
- **[C03]** Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.
- **[C04]** Valorar a importancia que ten a investigación, innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

2.1. Resultados de aprendizaxe (titulacións RD 1393/2007)

Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
Comunicar mensaxes audiovisuais.	A1	B9	C1 C2
Crear produtos audiovisuais	A2	B9	C1 C4
Coñecer as técnicas de creación e produción dunha campaña transmedia.	A7 A8 A12	B9	
Coñecer os principais códigos da mensaxe audiovisual.	A6 A12	B9	C2 C3 C4

3. Contidos

Unidade de contido	Descrición	Resultados de formación e de aprendizaxe / competencias	Metodoloxías docentes e actividades formativas	Sistemas de avaliación
Tema	1. Formatos e tendencias de comunicación multimedia: . Marco conceptual. . Narrativa multiplataforma. . Narrativa crossmedia. . Narrativa transmedia.			
Tema	2. Factores e estratexias de comunicación en Social Media: . O valor da conversación social. . Obxectivos: por que e para que dos Social Media? . Selección de Social Media en función do contido audiovisual. . Estratexias para impulsar a interacción.			
Tema	3. Creación e optimización de contidos en liña: . A mensaxe. . A biblia de desenvolvemento. . A selección das plataformas.			
Tema	4. Estratexias de comunicación combinadas on-off line: . Coherencia contido-soporte. . Estratexias combinadas.			
Tema	5. Planificación e desenvolvemento de proxectos de comunicación multimedia: . Metas e obxectivos. . Planificación. . Execución. . Avaliación de resultados e obtención de conclusións.			

4. Metodoloxías docentes e actividades formativas

Modalidade Presencial					
Metodoloxía	Descrición	Horas lectivas presenciais	Horas lectivas virtuais	Horas de traballo autónomo	Resultados de formación e de aprendizaxe / competencias
Atención personalizada [MAG00]	A profesora estará a disposición dos alumnos nas súas horas de titoría e a través do correo electrónico e Teams para as necesarias orientacións e seguimento das súas actividades e traballos.	1,00	0,00	0,00	
Obradoiro [MAG16]	Desenvolvemento de diferentes traballos a través dunha metodoloxía de aprendizaxe baseada en proxectos	21,00	0,00	50,00	A01, A02, A07, A08, A12, B09, C01, C02, C03, C04.
Sesión maxistral [MAG39]	Leccións expositivas da parte teórica da materia que serán acompañadas por exemplos prácticos que axuden a ilustrar o contido e faciliten a súa comprensión.	21,00	0,00	57,00	A06, A07, A08, A12, B09, C03.
Suma de horas por tipo		43,00	0,00	107,00	
Horas totais				150,00	

5. Avaliación

Modalidade Presencial			
Sistema de avaliación	Descrición	Ponderación (%)	Resultados de formación e de aprendizaxe / competencias
Obradoiro [SEG16]	A cualificación de cada alumno integrante do grupo podería ser diferente en función da súa achega e compromiso.	80,00	A01, A02, A07, A08, A12, B09, C01, C02, C03, C04.
Sesión maxistral [SEG39]	Realizarase unha proba escrita para avaliar o coñecemento dos contidos da materia.	20,00	A06, A07, A08, A12, B09, C03.
Total (%)		100,00	

Todos os aspectos relacionados con dispensa académica, dedicación ao estudo, permanencia e fraude académica rexeranse de acordo coa [normativa académica](#) vixente na UDC.

5.1. Primeira oportunidade

Para aprobar a materia é preciso ter aprobado tanto a parte práctica como a teórica. Cada traballo ou exercicio práctico non entregado no tempo e forma estipulados supón a súa anulación.

Os alumnos deberán entregar os traballos prácticos segundo os criterios estipulados polo docente.

As faltas de ortografía penalizan a nota final.

Todos os aspectos relacionados con “dispensa académica”, “dedicación ao estudo”, “permanencia” e “fraude académica” rexeranse de acordo coa normativa académica vixente da UDC.

5.2. Segunda oportunidade

A forma de valoración na oportunidade extraordinaria e adiantada realizarase da mesma forma que a oportunidade ordinaria, salvo que por adaptación académica se acorde realizar outras actividades co profesor previamente á entrega.

5.3. Oportunidade adiantada

A forma de valoración na oportunidade extraordinaria e adiantada realizarase da mesma forma que a oportunidade ordinaria, salvo que por adaptación académica se acorde realizar outras actividades co profesor previamente á entrega.

5.4. Dispensa académica

Todos os aspectos relacionados con “dispensa académica”, “dedicación ao estudo”, “permanencia” e “fraude académica” rexeranse de acordo coa normativa académica vixente da UDC.

O alumnado con exención académica deberá poñerse en contacto co profesor ao comezo do curso, vía campus virtual ou correo electrónico, para acordar un itinerario personalizado para compensar as faltas de asistencia ás clases maxistras e as horas de traballo na aula.

Salvo o exame final e segunda oportunidade, o resto das actividades son susceptibles de adaptación segundo dispensa académica. As presentacións orais realizaranse en vídeo.

6. Bibliografía recomendada

Bibliografía Básica

- Amorós, A. y Comesaña, P. (2016). Cartoons, publicidad y transmedialidad. Artigo de revista. [\[URL\]](#)
- Comesaña Comesaña, P. y Comesaña Comesaña, A. (2025). Nuevas tendencias publicitarias: Fake out-of-home advertising o publicidad falsa en espacios públicos. Tirant Lo Blanch. Capítulo de libro.
- Dotras, Alberto (2016). Social media herramientas y estrategias empresariales. Ra-Ma. Libro. [\[URL\]](#)
- Gallego Aguilar, Andrés Felipe. (2011). Diseño de narrativas transmediáticas guía de referencia para las industrias creativas de países emergentes en el contexto de la cibercultura. Universidad de Caldas. Libro. [\[URL\]](#)
- Human Level Communications; Jiménez Santoja, María, dir.; Maciá Domene, Fernando, dir. (2016). Marketing en redes sociales. Anaya Multimedia. Libro. [\[URL\]](#)
- Jenkins, Henry, 1958- (2008). Convergence culture : la cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Paidós. Libro. [\[URL\]](#)
- Jenkins, Henry, 1958- (2015). Cultura transmedia : la creación de contenido y valor en una cultura en red.. Gedisa. Libro. [\[URL\]](#)
- Jenkins, Henry., Gaillard Pla, Xavier, traductor.; Scolari, Carlos Alberto, 1963-; Aparici, Roberto, editor.; Green, Joshua, autor.; Ford, Sam, autor. (2015). Cultura transmedia : la creación de contenido y valor en una cultura en red. Editorial Gedisa, 1st ed.. Libro. [\[URL\]](#)
- Ortigosa Delgado, María Teresa, Bustamante Rodríguez, Antonio Tomás; Domínguez Fernández, Carmen (2019). Guía para la elaboración de un plan social media para bibliotecas. Parte dunha publicación seriada. [\[URL\]](#)
- Sanagustín, Eva, autor (2017). Plan de contenidos para medios sociales. Editorial UOC. Libro. [\[URL\]](#)
- Sanagustín Fernández, Eva (2013). Marketing de contenidos: estrategias para atraer clientes a tu empresa. Libro.
- Scolari, Carlos Alberto, 1963- (2013). Narrativas transmedia cuando todos los medios cuentan. Centro libros PAPF. Libro. [\[URL\]](#)