

## FICHA TÉCNICA DE ASIGNATURA

### 1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado</b>	Comunicación Digital
<b>Asignatura</b>	<b>Formatos Publicitarios Interactivos (SEM)</b>
<b>Módulo</b>	Módulo VI. Diseño Web y Técnicas de Posicionamiento
<b>Área Departamental</b>	Ciencias Sociales y de la Salud
<b>Semestre</b>	Sexto semestre
<b>Créditos totales</b>	6
<b>Curso</b>	3º
<b>Carácter</b>	Obligatoria
<b>Lengua de impartición</b>	Castellano

<b>Modelo de docencia:</b>	<b>Tipo C1</b>
<b>a. Enseñanzas Básicas (EB):</b>	50% (23 horas)
<b>b. Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD):</b>	50% (22horas)
<b>c. Actividades Dirigidas (AD)</b>	

### 2. COMPETENCIAS

#### 2.1. Competencias Básicas y Generales

**CB1** - 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

**CB2** - 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

**CB3** - 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

**CB4** - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

**CB5** - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

**CG13** - Capacidad para entender los mensajes de texto e icónicos de los medios de comunicación.

**CG14** - Conocimiento de las tecnologías aplicadas a la comunicación, al diseño gráfico y contenidos digitales.

**CG19** - Conocer los fundamentos generales del marketing y de las herramientas que lo componen.

**CG21** - Conocimiento y edición de documentos digitales a través de los servicios de almacenamiento en Internet.

**CG10** - Conocimiento de la terminología y de las distintas técnicas de la comunicación en su vertiente informativa, persuasiva y audiovisual.

## 2.2. Competencias Transversales

**CT01** - Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.

**CT02** - Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.

**CT03** - Resolver problemas y tomar decisiones.

**CT05** - Integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.

**CT07** - Adquirir habilidades para liderar un equipo.

**CT09** - Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.

**CT10** - Localizar y gestionar documentación e información.

**CT11** - Adaptarse con flexibilidad a nuevas necesidades y cambios.

**CT13** - Generar ideas emprendedoras e innovadoras con iniciativa en el diseño y la gestión de proyectos.

**CT15** - Conocer y manejar las nuevas tecnologías de la información.

## 2.3. Competencias Específicas

**CE08** - Conocimientos y competencias sobre los procesos, funciones y estructuras de la Comunicación Digital.

**CE15** - Capacidad para entender los mensajes de los medios sociales teniendo en cuenta los modelos y los contextos de la comunicación, conociendo el impacto de las tecnologías de la comunicación en la cultura colaborativa en la Red.

**CE20** - Conocimiento del impacto social de las tecnologías informativas y de la comunicación contemporánea y su influencia en los contenidos de los medios, los géneros, el diseño de la información, y las rutinas profesionales.

**CE21** - Capacidad para el uso de las tecnologías y herramientas de la comunicación en el ámbito del diseño, representación visual y creatividad digital, para su aplicación a la Comunicación Digital.

**CE25** - Conocimiento y aplicación de las tecnologías y los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir mensajes mediante el diseño web.

**CE26** - Capacidad y habilidad para la comunicación en entornos multimedia, interactivos y animados.

**CE28** - Capacidad y habilidad para expresarse con eficacia comunicativa, sabiendo aprovechar los recursos hipertextuales, interactivos y visuales que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.

**CE30** - Conocimiento de los principales formatos de los medios de comunicación presentes en Internet y la blogosfera, así como del lenguaje propio de cada uno de ellos.

**CE31** - Optimización de calidades en los archivos de imagen, adaptando el resultado a los formatos libres más utilizados en la web.

**CE34** - Capacidad y habilidad para desarrollar técnicas de construcción de mensajes constituidos por imágenes visuales, acústicas y audiovisuales aplicadas a entornos de representación digital.

**CE35** - Capacidad para redactar contenidos multimedia con un enfoque informativo y promocional, teniendo en cuenta el nuevo público digital y adaptando los mensajes.

**CE36** - Conocimiento de los sistemas de maquetación digital existentes en el mercado, y generación de productos multimedia.

**CE37** - Adaptabilidad web de acuerdo a las normativas de accesibilidad y correcta visualización de los contenidos en entornos digitales.

**CE38** - Capacidad de estructuración de los contenidos audiovisuales de los productos digitales presentes en la Red, conforme a criterios de usabilidad y ordenación de la información.

**CE42** - Aprendizaje de los protocolos de programación con estilos, dividiendo así contenido de formato, y permitiendo la disponibilidad multiplataforma: móvil, tableta, sobremesa, ...

**CE43** - Conocimiento de los criterios cambiantes de posicionamiento presentes en Google como motor de búsqueda principal en el mundo digital.

**CE44** - Edición y gestión de los contenidos textuales, con la aplicación de los conocimientos SEO aprendidos, relacionando los mismos con el propio lenguaje de difusión.

**CE45** - Compresión y puesta en práctica de la labor SEO de un gestor de comunidades, atendiendo a criterios éticos y buena praxis.

**CE46** - Creación de anuncios en buscadores, previa selección de palabras clave adecuadas al público objetivo, construyendo anuncios sensibles a las marcas.

**CE47** - Capacidad y habilidad para identificar, valorar y gestionar demandas emergentes en publicidad online mediante estrategias SEM.

**CE53** - Capacidad y habilidad en analítica web que permita la evaluación de los productos digitales presentes en Internet, haciendo posible de este modo un feedback positivo.

### 3. CONTENIDOS

Tipología y modelos publicitarios en Internet. Medios tradicionales, medios digitales y medios sociales. El mercado publicitario digital. Marketing en buscadores: Google Adwords. Campañas textuales por palabras clave. Banners y espacios publicitarios en la Red. Promoción a través de vídeo online. En busca de la campaña perfecta. Acciones especiales. Casos de éxito.

## 4. ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	PRESENCIALIDAD
<b>Actividades Presenciales (AP):</b> se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de supuestos, debates y proyección.	45	30%
<b>Actividades Autónomas (AA):</b> El alumno realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura,	90	0
<b>Actividades de Evaluación (AE):</b> Se realizarán un aserie de pruebas orales y escritos. Además se realizará un examen escrito teórico práctico al final del periodo.	15	0

## 5. METODOLOGÍAS DOCENTES

### METODOLOGÍA

Para la adquisición de conocimientos y evaluación del alumno se realizarán las siguientes acciones:

- Clases magistrales/expositivas (AP)
- Conferencias (AP)
- Realización de presentaciones en clase (AP)
- Ejemplificación y estudio de casos (AP)
- Prácticas de aula (AP)
- Prácticas en talleres y laboratorio (AP)
- Exposición de trabajos en grupo (AP)
- Tutorías programadas (AA)
- Revisión de trabajos y ejercicios prácticos (AA)
- Laboratorios y talleres abiertos (AA)
- Portfolios y trabajos supervisados (AA)
- Preparación de trabajos de curso (AA)
- Revisión de Proyectos (AA)
- Realización del portfolio (AA)
- Estudio personal (AA)
- Realización de actividades prácticas (AA)
- Búsqueda de recursos en biblioteca e Internet (AA)
- Preparación de presentaciones (AA)
- Campus virtual (AA)
- Trabajo y permanencia en el centro para realizar las prácticas

Conjunto de pruebas orales, escritas, prácticas, proyectos y trabajos utilizados en la evaluación del progreso de cada estudiante (AE)

## 6. SISTEMAS DE EVALUACIÓN

La evaluación se hará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, realización de ejercicios individuales o en equipo.

La valoración de cada tipo de actividad se hará en función de la dedicación definida para cada una de ellas a través de los siguientes porcentajes:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJES
Prueba objetiva: escrita u oral	<b>40 %</b>
Evaluación de trabajos o proyectos, individuales o en grupo	<b>40 %</b>
Participación en Enseñanzas Básicas, Enseñanzas de Prácticas y Desarrollo o Actividades Dirigidas	<b>20 %</b>

## 7. PROFESORADO

<b>Nombre</b>	
<b>Centro</b>	Centro Universitario San Isidoro
<b>Áreas Departamentales</b>	Ciencias Sociales y de la Salud
<b>E-mail</b>	