

FICHA TÉCNICA DE ASIGNATURA

1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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

2. COMPETENCIAS

2.1. Competencias Básicas

CB01	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
CB02	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
CB03	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
CB04	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB05	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

2.2. Competencias Generales

CG10	Capacidad para comprender, analizar y aplicar la terminología y las distintas técnicas de la comunicación en su vertiente informativa, persuasiva y audiovisual
CG13	Capacidad para entender los mensajes de texto e icónicos de los medios de comunicación
CG21	Capacidad para conocer y editar documentos digitales a través de los servicios de almacenamiento en Internet

2.3. 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	Capacidad para el desarrollo de habilidades de trabajo en equipo para la consecución de un objetivo común y previo
CT07	Adquirir habilidades para liderar un equipo
CT09	Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos
CT10	Localizar y gestionar documentación e información
CT11	Capacidad de adaptación a nuevas necesidades y cambios en el entorno tecnológico y empresarial
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

2.4. Competencias Específicas

CE08	Capacidad analítica sobre los procesos, funciones y estructuras de la Comunicación Digital y habilidades instrumentales en tales procesos
CE15	Capacidad para entender los mensajes de los medios sociales teniendo en cuenta los modelos y los contextos de la comunicación, conociendo el impacto

CE20	de las tecnologías de la comunicación en la cultura colaborativa en la Red Capacidad para valorar la incidencia e 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	Capacidad y habilidad para aplicar con destreza 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
CE46	Habilidad para la 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
Actividades Presenciales (AP): se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de supuestos, debates y proyección.	45	30%
Actividades Autónomas (AA): El alumno realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura,	90	0
Actividades de Evaluación (AE): 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	40 %
Evaluación de trabajos o proyectos, individuales o en grupo	40 %

Participación en Enseñanzas Básicas, Enseñanzas de Prácticas y Desarrollo o Actividades Dirigidas	20 %
---	-------------

7. PROFESORADO

Información disponible en la Guía Docente.