



GUÍA DOCENTE 2014-2015
**NARRATIVA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA
INFORMACIÓN**

1. Denominación de la asignatura:

NARRATIVA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Titulación

GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Código

5664

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

COMUNICACIÓN

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

CIENCIAS HISTÓRICAS Y GEOGRAFÍA

4.a Profesor que imparte la docencia (Si fuese impartida por mas de uno/a incluir todos/as) :

CÉSAR FIDALGO DÍEZ - MARIO ALAGUERO RODRÍGUEZ

4.b Coordinador de la asignatura

CÉSAR FIDALGO DÍEZ

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

4º CURSO 1º SEMESTRE



6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria

7. Número de créditos ECTS de la asignatura:

6

8. Competencias que debe adquirir el alumno/a al cursar la asignatura

GENERALES

a) METODOLÓGICAS

1. Flexibilidad y adaptabilidad. Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales y organigramas laborales.
2. Habilidad para resolver problemas y métodos de trabajo variables.
3. Pensamiento y trabajo independiente.
4. Exactitud, atención al detalle.
- 5 Creatividad e innovación. Aplicación de soluciones y puntos de vista personales al desarrollo de los proyectos.
6. Aceptación y corrección de los errores.

GENERALES

b) SOCIALES

3. Actitud positiva hacia el trabajo, capacidad de trabajar bajo presión con firmeza, resolución y persistencia.
4. Voluntad de ayudar y cooperar, de jugar limpio, y espíritu de equipo. Capacidad de trabajar en equipo, comunicar las propias ideas y crear un ambiente propicio.
6. Lealtad, honestidad.

GENERALES

c) PARTICIPATIVAS

1. Participación.
2. Capacidad planificadora, coordinadora, organizativa y de administración del tiempo.
3. Capacidad de persuasión.
4. Capacidad de tomar decisiones, acertar al elegir en situaciones de incertidumbre y asumir responsabilidades.

ESPECÍFICAS

a) DISCIPLINARES

1. Conocer el uso correcto oral y escrito de la lengua española y el inglés como forma de expresión profesional en los medios de comunicación.
6. Conocer y aplicar las técnicas y procesos de creación, producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases.



8. Conocer de modo teórico-práctico las tecnologías aplicadas a los medios de comunicación audiovisuales.
9. Conocer la imagen espacial y las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como audiovisual, así como los elementos constitutivos de la dirección artística.

ESPECÍFICAS

b) PROFESIONALES

4. Utilizar adecuadamente las herramientas tecnológicas, incluidos los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas, en las diferentes fases del proceso audiovisual.
13. Aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia.
16. Crear un manual de normas para la identidad visual corporativa de una empresa determinada.

ESPECÍFICAS

c) ACADÉMICAS

2. Conocer las teorías, los métodos y los problemas de la comunicación audiovisual y sus discursos, así como su relación con las ciencias sociales y las nuevas tecnologías.
3. Percibir críticamente el panorama audiovisual que ofrece el universo comunicativo que nos rodea, considerando los mensajes en su contexto.
4. Definir temas de investigación o creación personal innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de los discursos audiovisuales o su interpretación.

9. Programa de la asignatura

9.1- Objetivos docentes

El objetivo de la asignatura es conseguir que el alumno sea capaz de analizar las peculiaridades y problemáticas de la comunicación en entornos web y redes sociales online.

En base a dicha problemática y mediante un análisis previo de las necesidades concretas de cada situación deberá ser capaz de desarrollar un proyecto comunicativo en grupo a través de las redes sociales y Web 2.0, además de realizar un proyecto individual de comunicación corporativa web mediante la realización de los diferentes prototipos que conforman un proyecto de web corporativa.



9.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)

**INTRODUCCIÓN A LA USABILIDAD Y ANÁLISIS DE CONTENIDOS
EN INTERNET**

El usuario frente a la web.

**ANÁLISIS Y CREACIÓN DE CONTENIDOS EN LAS REDES
SOCIALES**

La figura del Community Manager: comunicación corporativa en redes sociales y reputación online.

Creación de contenidos: blogs y microblogs.

Gestión de contenidos en la Web 2.0: YouTube, GoogleMaps, Flickr...

ANÁLISIS Y CREACIÓN DE CONTENIDOS PARA WEB

Textos, tablas, listados e imágenes.

Formularios.

Arquitectura de la información.

Elementos de navegación.

Publicidad online.



9.3- Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Fischer Mario, Website Boosting, Marcombo,
Jakob Nielsen y Hoa Loranger., (2007) Usabilidad. Prioridad en el diseño Web, New Riders / Anaya Multimedia,
Pérez-Montoro Gutiérrez, Mario, (2010) Arquitectura de la información en entornos web, Trea,
Steve Krug, (2010) Haz fácil lo imposible, Anaya multimedia,
Steve krug, (2010) No me hagas pensar. Una aproximación a la usabilidad en la Web, Pearson,

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Austin, Tricia y Dust, Richard, Diseño de nuevos medios de comunicación, Blume.,
Jakob Nielsen y Kara Pernice, (2010) Técnicas de Eyetracking para usabilidad Web., Anaya Multimedia,
Nielsen, Jakob y Tahir, Marie, (2002) Homepage usability: 50 websites deconstructed, New Riders,
Rodríguez Fernández, Óscar, (2012) Community Manager. Conviértete en experto en " Social Media", Anaya Multimedia,
Rosenfeld, Louis y Morville, Peter, (2006) Information Architecture for the World Wide Web, O'Reilly,
Rowse, Darren y Garrett, Chris, (2011) Convierte tu blog en una máquina de hacer dinero., Anaya Multimedia,

10. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:

Clases teóricas
Clases prácticas
Realización de trabajos y presentaciones en el aula.
Tutorías



Metodología	Competencia relacionada	Horas presenciales	Horas de trabajo	Total de horas
Clases teóricas.	CG: a4;c1 CE: a8,9;b16;c2,3,4	24	10	34
Clases prácticas	CG: a1,2,3,4,5;b4;c2,4 CE: a1,6,8;b4,13,16;c3	26	14	40
Realización de trabajos y presentaciones	CG:a3,4,5,6;b3,6;c1,2,3,4 CE:a1,6;b13;c4	3	35	38
Tutorías	CG: a6	2	0	2
Examen	CG: b6 CE: b4,13,16; c2,3	1	35	36
Total		56	94	150

11. Sistemas de evaluación:

La evaluación de la parte práctica será continua.

Se realizará:

1. Examen teórico-práctico final sobre los contenidos teóricos expuestos a lo largo del curso.
2. Proyecto individual de comunicación corporativa en web en base a prototipos (sin desarrollo final de la misma en HTML)
3. Proyecto de comunicación en redes sociales y plataformas Web 2.0. La realización será en grupo y su calificación será individual.

Será obligatorio superar todos los apartados con nota superior a 4 sobre 10 para superar la asignatura, siempre y cuando la media final ponderada de todos los apartados sea superior a 5.

En caso de no superar la asignatura, en convocatoria extraordinaria será obligatorio:

1. Repetir el examen teórico si la nota es inferior a 5 (si es superior, se guarda).
2. Proyecto individual de comunicación corporativa en web en base a prototipos (con menor ponderación en la nota final) Si la nota del proyecto durante la evaluación continua hubiera sido inferior a 5 es necesario rehacerlo en base a las indicaciones oportunas del profesor. En caso contrario la nota se mantiene para hacer media en esta convocatoria.
3. El proyecto de grupo en redes sociales y plataformas Web 2.0. y la diferencia de



ponderación del apartado anterior se sustituyen por una prueba práctica presencial basada en los ejercicios prácticos realizados durante el curso.

Será obligatorio superar todos los apartados con nota superior a 4 sobre 10 para superar la asignatura, además la media final ponderada de todos los apartados deberá ser superior a 5.

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Examen teórico-práctico	40 %	40 %
Proyecto individual de comunicación corporativa en web en base a prototipos	30 %	20 %
Proyecto de grupo en redes sociales y plataformas Web 2.0. (evaluación individual)	30 %	0 %
Realización de ejercicio práctico presencial.	0 %	40 %
Total	100 %	100 %

Evaluación excepcional:

El alumnado que, por razones excepcionales, no pueda seguir los procedimientos ordinarios de evaluación continua podrá solicitar acogerse en su lugar a la “Evaluación Excepcional” (Reglamento de Evaluación de la UBU, art. 9). La solicitud, razonada y por escrito, se presentará al Decano/a del centro durante las dos primeras semanas de impartición de la asignatura. En caso de que la condición de excepcionalidad le sea admitida, constará de aquellas pruebas que considere el Departamento, consistentes este curso en:

1. Examen teórico-práctico. (40%)
2. Entrega de un proyecto individual de comunicación corporativa en web en base a prototipos. (20%)
3. Realización (presencial) de un ejercicio práctico sobre cualquiera de las materias vistas durante el curso. (40%)

Será obligatorio superar todos los apartados con nota superior a 4 sobre 10 para superar la asignatura, además, la media final ponderada de todos los apartados deberá ser superior a 5.

En el caso del alumnado que participe en el programa Universitario Cantera, la calificación se determinará en función del desempeño de las tareas que le sean asignadas en el marco del programa.



UNIVERSIDAD DE BURGOS
CIENCIAS HISTÓRICAS Y GEOGRAFÍA

12. Idioma en que se imparte:

CASTELLANO