Comunicación audiovisual en la red

Curso Académico: (2021 / 2022) **Fecha de revisión: 11-02-2022**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Comunicación

Coordinador/a: BECEIRO RIBELA, MARIA SAGRARIO

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 3.0

Curso : Cuatrimestre :

OBJETIVOS

1. Conocimiento y aproximación a las distintas manifestaciones de los medios audiovisuales en la red.

2. Capacidad para explorar, interpretar y analizar canales, ventanas, formas y contenidos relacionados con los medios audiovisuales (vídeo, cine y televisión) en Internet.

3. Capacidad para comprender y difundir nuevos contenidos audiovisuales multimedia en la red.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

- Conceptos y retos planteados por las tecnologías de la información y las comunicaciones en la red. El impacto digital en los medios audiovisua
- El vídeo, cine y televisión a través de Internet.
- Taller de Análisis/ creación de aplicaciones, páginas web u otros contenidos audiovisuales centrados en la comunicación: estudio de casos.

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

1. Clases magistrales
Clases teóricas sobre las nociones fundamentales de la asignatura. Competencias 1 y 2 (0,5 ECTS).

2. Clases prácticas
Análisis de páginas web relacionadas con los medios audiovisuales, aplicando los conocimientos adquiridos en clase. Competencias 2 y 3 (1 ECTS).

3. Trabajo del estudiante
Estudio tutorizado de los contenidos fundamentales de la asignatura y preparación de las clases prácticas. Competencias 1 y 2 (0,5 ECTS). Elaboración y defensa de un ejercicio práctico que potencie las capacidades analíticas y creativas del estudiante. Competencia 3 (1 ECTS).

SISTEMA DE EVALUACIÓN

- Examen final de la asignatura: 40 % de la nota global.
- Práctica: 60% de la nota global
- La participación activa y fundamentada del estudiante en clases prácticas y tutorías se valorará a los efectos de mejora de la nota global.

Nota: para superar la asignatura será necesario que el estudiante obtenga en el examen final una nota mínima equivalente al 50%.

Peso porcentual del Examen Final: 40
Peso porcentual del resto de la evaluación: 60

Peso porcentual del Examen Final:	40
Peso porcentual del resto de la evaluación:	60

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- FLICHY, P. Lo imaginario en Internet., Tecnos. Madrid, 2003..

- GUALLARTE, C., GRANGER, J. R. y RODRÍGUEZ, P. El sector de contenidos digitales: agentes y estrategias,, Documento de Economía Industrial núm. 25, Centro de Economía Industrial, Bellaterra, 2005..

- MATTELART, A. Historia de la sociedad de la información., Paidos, Barcelona, 2002..

- NIELSEN, J. y LORANGER, H. Usabilidad. Prioridad en el diseño web., Anaya Multimedia. Madrid, 2006..

- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI). Indicadores destacados de la Sociedad de la Información en España (mayo 2013), Disponible en: http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/dossiers_de_indicadores.
- VV.AA. A Brief History of the Internet. Internet Society (ISOC)., Disponible en: http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml.
- VV.AA. ¿La industria de contenidos digitales¿. Cuaderno central de la Rev. Telos nº 69., Fundación Telefónica, 2006. Disponible en: http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/home.asp@idrevistaant=69.htm.

- ÁLVAREZ MONZONCILLO, J.M. El futuro del ocio en el hogar., Fundación Autor. Madrid, 2004..