

Curso Académico: ( 2022 / 2023 )

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 audiovisuales
- 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., Paidós, 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.onsi.red.es/onsi/es/dossiers\\_de\\_indicadores](http://www.onsi.red.es/onsi/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..