

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Redes Sociales para promoción de contenidos audiovisuales

Descripción: La asignatura presenta las herramientas y los conocimientos necesarios para realizar estrategias de redes sociales con respecto a los contenidos audiovisuales: gestión de redes sociales ante el nuevo mercado.

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 3

Contextualización: Es relevante que los futuros creadores del sector audiovisual tengan en consideración la interacción que van a desarrollar sus productos con las redes sociales. La generación de audiencia social es relevante también a la hora de diseñar y crear un formato audiovisual.

Modalidad: Online

Temario:

- Estrategias de redes sociales con respecto a los contenidos audiovisuales.
- Diferenciación de estrategia entre contenidos en directo, diferido o exclusivo bajo demanda.
- Diferenciación de estrategia entre contenidos en función de su género: ficción, infoentretenimiento o entretenimiento.
- La importancia de las Redes Sociales ante los nuevos productos audiovisuales.
- Ejemplos prácticos de éxito en Atresmedia al ser un referente en la gestión de redes sociales.

Competencias:

CB6: Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de innovar en un área de estudio en continuo cambio y renovación como es la industria audiovisual.

CB7: Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de creación a su trabajo o vocación de manera profesional.

CB9: Que los estudiantes sepan comunicar de manera clara informaciones, ideas, problemas y soluciones a un público especializado y no especializado.

CE4. Analizar el mercado audiovisual y los géneros que mejor funcionan ante el nuevo contexto audiovisual, tanto en las formas tradicionales como en las nuevas tecnologías.

CE8. Definir estrategias de comunicación integral en torno a un producto audiovisual.

Actividades Formativas

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad %
Clases expositivas y prácticas	20	100
Tutorías	11	100
Foros	4	0
Estudio autónomo	40	0

Metodologías:

- Lección magistral
- Lección magistral participativa
- Trabajo cooperativo
- Diseño de proyectos
- Estudio de casos
- Tutorías de seguimiento

Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Portafolio de actividades	0.0	80.0
Foro	0.0	20.0

Bibliografía:

- Herreros, P. (2013). *El poder es de las personas*. LÉEME EDITORES
- Rojas, P. y Redondo, M. (2013). *Cómo preparar un Plan de Social Media Marketing*. Barcelona: EDICIONES GESTION 2000.
- Sansurjo, B. (2015). *Manual de Internet y Redes Sociales*. Madrid: S.L. – DYKINSON