

<b>Denominación de la MATERIA</b> <b>Estrategia y gestión de la comunicación digital</b>	<b>ECTS</b> 12
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios</b> Anual. Segundo curso	
<b>Ámbito de conocimiento y carácter</b> Ciencias Sociales y Jurídicas. Formación Básica	
<b>Resultados de Aprendizaje</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>RAC14.</b> Comprender las funciones y responsabilidades del gestor de comunicación de una organización, prestando especial atención a las tareas propias del 'community manager'.</li> <li>- <b>RAH3.</b> Analizar los datos de audiencia y de mercado, y contrastar las fuentes para cuestionar su interpretación y extraer conclusiones.</li> <li>- <b>RAC9.</b> Conocer las características del diseño de una estrategia de marca.</li> <li>- <b>RAH25.</b> Realizar el trabajo de producción necesario para la comunicación de las actividades de una organización</li> <li>- <b>RAH15.</b> Diseñar el plan de comunicación de una organización, adaptándolo a las necesidades y ramas del sector de las industrias culturales y creativas.</li> <li>- <b>RAP1.</b> Actuar de forma coherente atendiendo a las responsabilidades asignadas, implicándose en el grupo y gestionando los posibles conflictos.</li> <li>- <b>RAP18.</b> Gestionar las nuevas situaciones que surgen en la comunicación institucional y responder a imprevistos, siendo consciente de que se pueden cometer errores.</li> </ul>	
<b>Metodologías</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>ME1.</b> Lección magistral.</li> <li><b>ME2.</b> Aprendizaje basado en problemas.</li> <li><b>ME4.</b> Aprendizaje cooperativo.</li> <li><b>ME5.</b> Aprendizaje basado en retos.</li> <li><b>ME6.</b> Aprendizaje basado en proyectos.</li> </ul>	
<b>Actividades formativas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>AC01.</b> Desarrollo, redacción y presentación de trabajos individuales .</li> <li><b>AC02.</b> Lectura de artículos científicos, libros e informes.</li> <li><b>AC12.</b> Estudio de casos.</li> <li><b>AC14.</b> Tutorización.</li> <li><b>AC16.</b> Talleres prácticos.</li> </ul>	
<b>Sistemas de evaluación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>EV1.</b> Trabajos en grupo.</li> <li><b>EV2.</b> Trabajos individuales.</li> <li><b>EV3.</b> Exposiciones y presentaciones.</li> <li><b>EV6.</b> Autoevaluación y coevaluación del alumno.</li> </ul>	
<b>Contenidos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Características y tendencias de la comunicación digital.</li> <li>- Conceptos clave de estrategias de comunicación digital.</li> <li>- Perfil y funciones del responsable de comunicación.</li> <li>- La comunicación de las industrias culturales y creativas.</li> </ul>	

- Planificación estratégica de comunicación y marketing de proyectos culturales.  
Público y tipologías de audiencia vinculados a las industrias culturales y creativas.
- Herramientas de gestión y seguimiento de redes sociales.
- Estructura, diseño y gestión de un plan de comunicación y promoción online.
- La comunicación en situación de crisis.