



Universidad  
Internacional  
de Valencia

# Guía didáctica

## **ASIGNATURA: *Políticas de comunicación multiplataforma***

**Título:** *Grado en Comunicación*

**Materia:** *Marketing y comunicación digital*

**Créditos:** 6

**ECTS Código:**

**47GCOM Curso:**

**2023-2024**

# Índice

1. Organización general .....	3
1.1. Datos de la asignatura .....	3
1.2. Equipo docente.....	3
1.3. Introducción a la asignatura .....	3
1.4. Competencias y resultados de aprendizaje	
2. Contenidos/temario.....	5
3. Metodología .....	6
4. Actividades formativas.....	6
5. Evaluación .....	8
5.1. Sistema de evaluación .....	8
5.2. Sistema de calificación.....	8
6. Bibliografía	
6.1. Bibliografía de referencia.....	10
6.2. Bibliografía complementaria .....	10

# 1. Organización general

## 1.1. Datos de la asignatura

<b>MÓDULO</b>	Módulo de formación optativa
<b>MATERIA</b>	Marketing y comunicación digital
<b>ASIGNATURA</b>	Políticas de comunicación multiplataforma 6 ECTS
<b>Carácter</b>	Obligatorio
<b>Curso</b>	4º
<b>Cuatrimestre</b>	2º
<b>Idioma en que se imparte</b>	Castellano
<b>Requisitos previos</b>	Para el acceso a este Grado, se deben cumplir los requisitos de acceso que prevé el artículo 3 del Real Decreto 412/2014 de 6 de junio.
<b>Dedicación al estudio por ECTS</b>	<b>25 horas</b>

## 1.2. Equipo docente

<b>Profesor</b>	Patricia Escalona Leciñana <a href="mailto:pescalona@professional.universidadviu.com">pescalona@professional.universidadviu.com</a>
-----------------	--

## 1.3. Introducción a la asignatura

La asignatura se centra en el estudio y análisis de los cambios y evoluciones en el campo de la comunicación, impulsados por la proliferación de las plataformas digitales. Los estudiantes explorarán una variedad de temas relacionados con este fenómeno en constante evolución.

La materia proporciona a los estudiantes una comprensión integral de los cambios en la comunicación impulsados por las plataformas digitales. Los estudiantes adquieren conocimientos sobre la transición al escenario multiplataforma, la comunicación corporativa, los modelos de narrativas y el desarrollo de la industria y los modelos de negocio. Esta formación les permite comprender y adaptarse a un entorno comunicativo en constante evolución.

## 1.4. Competencias y resultados de aprendizaje

### COMPETENCIAS BÁSICAS

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

R.A.1 – Comprender los cambios y evoluciones en la comunicación debido a la expansión de las plataformas digitales.

R.A.2 - Analizar la transición del escenario online al multiplataforma y su impacto en la comunicación actual

R.A.3 - Conocer y aplicar estrategias de comunicación corporativa en diferentes plataformas y canales.

R.A.4 - Evaluar los desafíos y oportunidades que surgen en la gestión de la reputación online y la comunicación en redes sociales.

R.A.5 - Explorar y utilizar técnicas de adaptación de mensajes a distintos formatos y plataformas.

R.A.6 - Comprender los modelos de narrativas multiplataforma y su importancia en la generación de experiencias interconectadas.

R.A.7 - Aplicar técnicas de transmedia storytelling y crossmedia para expandir y enriquecer contenidos narrativos.

R.A.8 - Analizar el desarrollo de la industria multiplataforma y los diferentes modelos de negocio utilizados en este entorno.

R.A.9 - Evaluar las estrategias de monetización de contenidos y servicios en el ámbito multiplataforma, como la publicidad digital, el comercio electrónico y las suscripciones.

## 2. Contenidos/temario

### **Tema 1: Del escenario online al multiplataforma**

- 1.1 El ecosistema multiplataforma
- 1.2 La estrategia multiplataforma
- 1.3 Comunicación 2.0, herramientas y atributos

### **Tema 2: La comunicación corporativa multiplataforma y sus evoluciones**

- 2.1 Pilares de la comunicación corporativa
- 2.2 Claves, tipos y objetivos de la comunicación corporativa
- 2.3 Evolución de la comunicación corporativa, desafíos y oportunidades

### **Tema 3: Modelos de narrativas multiplataforma**

- 3.1 Narrativas multiplataforma: la importancia del contenido transmedia
- 3.2 Cómo elaborar una buena estrategia multicanal
- 3.3 Monitorización multiplataforma
- 3.4 Casos de éxito transmedia

### **Tema 4: Desarrollo de la industria multiplataforma y sus modelos de negocio**

- 4.1 Evolución de la industria multiplataforma
- 4.2 Medios, plataformas y modelos de negocio
- 4.3 Ventajas de los modelos de negocio de plataformas digitales

### 3. Metodología

La metodología de la Universidad Internacional de Valencia (VIU) se caracteriza por una apuesta decidida en un modelo de carácter e-presencial. Así, siguiendo lo estipulado en el calendario de actividades docentes del Título, se impartirán en directo un conjunto de sesiones, que, además, quedarán grabadas para su posterior visionado por parte de aquellos estudiantes que lo necesiten. En todo caso, se recomienda acudir, en la medida de lo posible, a dichas sesiones, facilitando así el intercambio de experiencias y dudas con el docente.

En lo que se refiere a las metodologías específicas de enseñanza-aprendizaje, serán aplicadas por el docente en función de los contenidos de la asignatura y de las necesidades pedagógicas de los estudiantes. De manera general, se impartirán contenidos teóricos y, en el ámbito de las clases prácticas se podrá realizar la resolución de problemas, el estudio de casos y/o la simulación.

Por otro lado, la universidad y sus docentes ofrecen un acompañamiento continuo al estudiante, poniendo a su disposición foros de dudas y tutorías para resolver las consultas de carácter académico que el estudiante pueda tener. Es importante señalar que resulta fundamental el trabajo autónomo del estudiante para lograr una adecuada consecución de los objetivos formativos previstos para la asignatura.

### 4. Actividades formativas

Durante el desarrollo de cada una de las asignaturas se programan una serie de actividades de aprendizaje que ayudan a los estudiantes a consolidar los conocimientos trabajados.

A continuación, se relacionan las actividades que forman parte de la asignatura:

#### 1. Actividades de carácter teórico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas por el profesor de la asignatura destinadas a la adquisición por parte de los estudiantes de los contenidos teóricos de la misma. Estas actividades, diseñadas de manera integral, se complementan entre sí y están directamente relacionadas con los materiales teóricos que se ponen a disposición del estudiante (manual, SCORM y material complementario). Estas actividades se desglosan en las siguientes categorías:

- a. Clases expositivas
- b. Sesiones con expertos en el aula
- c. Observación y evaluación de recursos didácticos audiovisuales
- d. Estudio y seguimiento de material interactivo

#### 2. Actividades de carácter práctico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas y supervisadas por el profesor de la asignatura vinculadas con la adquisición por parte de los estudiantes de los resultados de aprendizaje y competencias de carácter más práctico. Estas actividades, diseñadas con visión de conjunto, están relacionadas entre sí para ofrecer al estudiante una formación completa e integral.

### **3. Tutorías**

Se trata de sesiones, tanto de carácter síncrono como asíncrono (e-mail), individuales o colectivas, en las que el profesor comparte información sobre el progreso académico del estudiante y en las que se resuelven dudas y se dan orientaciones específicas ante dificultades concretas en el desarrollo de la asignatura.

### **4. Trabajo autónomo**

Se trata de un conjunto de actividades que el estudiante desarrolla autónomamente y que están enfocadas a lograr un aprendizaje significativo y a superar la evaluación de la asignatura. La realización de estas actividades es indispensable para adquirir las competencias y se encuentran entroncadas en el aprendizaje autónomo que consagra la actual ordenación de enseñanzas universitarias. Esta actividad, por su definición, tiene carácter asíncrono.

### **5. Prueba objetiva final**

Como parte de la evaluación de cada una de las asignaturas (a excepción de las prácticas y el Trabajo fin de título), se realiza una prueba (examen final). Esta prueba se realiza en tiempo real (con los medios de control antifraude especificados) y tiene como objetivo evidenciar el nivel de adquisición de conocimientos y desarrollo de competencias por parte de los estudiantes. Esta actividad, por su definición, tiene carácter síncrono.



## 5. Evaluación

### 5.1. Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad se sustenta en los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y está adaptado a la estructura de formación virtual propia de esta Universidad. De este modo, se dirige a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
<b>Portafolio*</b>	<b>60 %</b>
<p>Actividad 1 (30%) - Estudio de casos: se propondrá un caso práctico a los estudiantes para su resolución.</p> <p>Actividad 2 (30%) - Resolución de problema: se ofrecerá al alumnado una situación ante la que tendrá que aportar una propuesta creativa que la resuelva.</p>	
Sistema de Evaluación	Ponderación
<b>Prueba final*</b>	<b>40 %</b>
<p>Prueba objetiva de evaluación final con 10 preguntas tipo test y 4 opciones de respuesta. Solo una sola respuesta correcta sin crédito parcial negativo. Un solo intento por convocatoria con tiempo limitado, 30 minutos.</p> <p>La prueba final podría contemplar alguna pregunta de desarrollo, por acabar de definir por parte del docente.</p>	

**\*Es requisito indispensable para superar la asignatura aprobar cada apartado (portafolio y prueba final)** con un mínimo de 5 para ponderar las calificaciones.

Los enunciados y especificaciones propias de las distintas actividades serán aportados por el docente, a través del Campus Virtual, a lo largo de la impartición de la asignatura.

Atendiendo a la Normativa de Evaluación de la Universidad, se tendrá en cuenta que la utilización de **contenido de autoría ajena** al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. Los casos de plagio serán sancionados con suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. Asimismo, el uso de **medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación** implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

## 5.2. Sistema de calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en los siguientes cómputos y términos:

Nivel de aprendizaje	Calificación numérica	Calificación cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 - 6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspenso

Sin detrimento de lo anterior, el estudiante dispondrá de una **rúbrica simplificada** en el aula que mostrará los aspectos que valorará el docente, como así también los **niveles de desempeño que tendrá en cuenta para calificar las actividades vinculadas a cada resultado de aprendizaje**.

La mención de «**Matrícula de Honor**» podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

## 6. Bibliografía

### 6.1. Bibliografía de referencia

Cuenca-Fontbona, J., Matilla, K., & Compte-Pujol, M. (2020). Transformación digital de los departamentos de relaciones públicas y comunicación de una muestra de empresas españolas. *Revista de Comunicación*, 19(1), 75-92. [Enlace aquí](#)

Domínguez, E. (2012;2010;). *El cuarto bit: Una década de reflexiones sobre periodismo e internet* (1st ed.). Editorial UOC. [Enlace aquí](#)

Santamaría, J. V. G. (2019). *Las nuevas fronteras de la comunicación corporativa*. Editorial UOC. [Enlace aquí](#)

Lamelo, C. (2016). *Televisión social y transmedia: Nuevos paradigmas de producción y consumo televisivo*. Editorial UOC. [Enlace aquí](#)

Campalans Moncada, C. E., Renó, D., & Ruiz Moreno, S. L. (2014;2015;). In Renó D. (Ed.), *Periodismo transmedia: Miradas múltiples* (1st ed.). Editorial UOC. [Enlace aquí](#)

Campalans Moncada, C. E., Renó, D., & Gosciola, V. (2014;2015;). *Narrativas transmedia: Entre teorías y prácticas* (1st ed.). Editorial UOC. [Enlace aquí](#)

### 6.2. Bibliografía complementaria

Carrera, P., Blanco-Ruiz, M., & Sainz-de-Baranda Andújar, C. (2020). Consumo mediático entre adolescentes. nuevos medios y viejos relatos en el entorno transmedia. *Historia y Comunicación Social*, 25(2), 563-574. <https://doi.org/10.5209/hics.72285> [Enlace aquí](#)

Sánchez, C. C. (2013). Narrativas transmedia nativas: Ventajas, elementos de la planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso/Native transmedia storytelling. *Historia y Comunicación Social*, 18, 561. [Enlace aquí](#)

Torrado Morales, S., Ferreras Rodríguez, J. G., & Ródenas Cantero, G. (2017). In Ferreras Rodríguez, José Gabriel Ródenas Cantero, Gabriel Torrado Morales, Susana (Ed.), *Territorios transmedia y narrativas audiovisuales* (Primerán en formato digital.;1; ed.). Editorial UOC. [Enlace aquí](#)