

1.DATOS BÁSICOS

Asignatura	Branded content
Titulación	Grado en Comunicación Audiovisual
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
Curso	Cuarto
ECTS	6 ECTS
Carácter	Optativa
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	Segundo semestre
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	Fernando José Ávila

2.PRESENTACIÓN

Vivimos en un tiempo en el que el marketing y las marcas están en constante cambio, y ese cambio está sucediendo a una velocidad creciente. Los consumidores se saltan anuncios, bloquean inserciones e ignoran la publicidad tradicional, y las empresas tienen que encontrar nuevas formas de comunicar sus mensajes; una estrategia cada vez más popular es el “branded content”, un nuevo enfoque de la comunicación de marcas que consigue que los consumidores sean los que busquen y compartan estos mensajes.

El curso expone los principios teóricos y prácticos de la narración transmedia, y lleva a la combinar entornos reales y virtuales en múltiples soportes.

3.COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- 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.
- 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

Competencias generales:

- CG2. Capacidad para entender y transmitir en productos audiovisuales las diferentes realidades sociales, culturales y políticas, y aplicar la normativa vigente desde un punto de vista abierto y tolerante.
- CG3. Capacidad para desarrollar proyectos y productos audiovisuales.
- CG4. Capacidad para aplicar las nuevas tecnologías en entornos profesionales en el ámbito de la Comunicación Audiovisual.

Competencias transversales:

- CT1. Valores éticos: Capacidad para pensar y actuar según principios universales basados en el valor de la persona que se dirigen a su pleno desarrollo y que conlleva el compromiso con determinados valores sociales.
- CT3. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica, para utilizar los conocimientos adquiridos en el ámbito académico en situaciones lo más parecidas posibles a la realidad de la profesión para la cual se están formando.
- CT6. Adaptación al cambio: Ser capaz de aceptar, valorar e integrar posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera, así como trabajar con efectividad en situaciones de ambigüedad
- CT8. Gestión de la información: Capacidad para buscar, seleccionar, analizar e integrar información proveniente de fuentes diversas.
- CT12. Razonamiento crítico: Capacidad para analizar una idea, fenómeno o situación desde diferentes perspectivas y asumir ante él/ella un enfoque propio y personal, construido desde el rigor y la objetividad argumentada, y no desde la intuición.
- CT14. Innovación-Creatividad: Capacidad para proponer y elaborar soluciones nuevas y originales que añaden valor a problemas planteados, incluso de ámbitos diferentes al propio del problema.
- CT16. Toma de decisiones: Capacidad para realizar una elección entre las alternativas o formas existentes para resolver eficazmente diferentes situaciones o problemas.

Competencias específicas:

- CE2. Conocimiento de las principales técnicas narrativas para aplicarlas en el proceso de generación de contenidos de ficción audiovisual.
- CE6. Capacidad para aplicar técnicas creativas en el diseño de productos audiovisuales de manera innovadora.
- CE12. Capacidad para reconocer los conceptos teórico-prácticos de la estrategia publicitaria e implementar los conocimientos en su desarrollo.
- CE15. Capacidad para idear, plasmar y desarrollar proyectos audiovisuales teniendo en cuenta los entornos sociales en los que se desarrollará el proyecto.
- CE18. Capacidad para detectar las tendencias de cada una de las disciplinas de la comunicación en su aplicación al sector audiovisual.
- CE20. Capacidad para innovar, analizar y criticar las nuevas propuestas y productos en los medios audiovisuales y otros soportes a la hora de crear nuevos formatos audiovisuales.
- CE21. Capacidad para conocer y aplicar correctamente el idioma del inglés tanto oral como escrito en el ámbito profesional como herramienta básica de la industria audiovisual.

Resultados de aprendizaje:

- RA1. Aprendizaje de los principios teóricos y prácticos de la narración transmedia combinando entornos reales y virtuales en múltiples soportes.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB2, CB4, CB5 CG2, CG3, CG4 CT1, CT3, CT6, CT8, CT12, CT14, CT16 CE2, CE6, CE12, CE15, CE18, CE20, CE21	El alumno aprenderá los principios teóricos y prácticos de la narración transmedia combinando entornos reales y virtuales en múltiples soportes.

4. CONTENIDOS

Contenidos:

- Canales de distribución de contenido
- Relato de marca
- Marketing experiencial
- Diseño de campañas de contenido patrocinado

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral.
- Método del caso.
- Aprendizaje cooperativo.

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones magistrales	50
Análisis de casos, resolución de problemas, elaboración de proyectos, simulación	25
Actividades participativas grupales	25
Tutoría	25
Trabajo autónomo	25
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	30%
Informes y escritos	40%
Exposiciones orales	20%
Observación del desempeño	10%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria se deberá obtener una calificación mayor o igual que 5 sobre 10 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

La prueba de conocimiento supondrá un 30 % de la nota final. Es obligatorio superar esta prueba de conocimiento con una nota mínima de 5 para poder hacer media con el resto de las actividades entregadas.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria se deberá obtener una calificación mayor o igual que 5 sobre 10 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

Se deberán entregar las actividades no superadas y/o realizar la prueba de conocimiento en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. Marketing mix	Semana 3-4
Actividad 2. El porqué (Filosofía / Misión / Visión)	Semana 5-6
Actividad 3. Estrategia de marca	Semana 7-8
Actividad 4. Estrategia de comunicación	Semana 9-10
Actividad 5. Formas de comunicar	Semana 11-12
Actividad 6. Proyecto	Semana 15-16
Actividad 7. Prueba final	Semana 17-18

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- AA. VV. (2018): A Cannes Lions Jury Presents: The Art of Branded Entertainment, Londres, Peter Owen Publishers.

- Brito, Michael (2014): Your Brand, The Next Media Company, Indianapolis, Que Publishing (Pearson Education).
- Canter, Andrew (2018): Fifteen Years, A Branded Content Story: A Collection Of Thought Provoking Essays From Leading Branded Content Experts, London, Branded Content Marketing Association.
- De Aguilera Moyano, Joaquín y Baños González, Miguel (2016): Branded entertainment. Cuando el Branded Content se convierte en entretenimiento, Madrid, ESIC Editorial.
- Savar, Avi (2103): Content to Commerce: Engaging Consumers Across Paid, Owned and Earned Channels, Hoboken, Wiley.
- Van den Bergh, Joeri y Behrer, Mattias (2016): How Cool Brands Stay Hot: Branding to Generations Y and Z, Philadelphia, Logan Page.
- Watts, Dechay y Williams, Debbie (2013): Brands in Glass Houses: How to Embrace Transparency and Grow Your Business Through Content Marketing, Cleveland, Content Marketing Institute.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: unidad.diversidad@universidadeuropea.es al comienzo de cada semestre.

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.

