

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

5061 - VIDEO MÀRQUETING

Informació general

- Tipus d'assignatura : Optativa
- Coordinador : Mònica Juliana Oviedo León
- Curs: Tercer
- Trimestre: Tercer
- Crèdits: 6
- Professorat:
 - Cristòfol Casanovas Casanovas <ccasanovas@tecnocampus.cat>

Idiomes d'impartició

- Català

Impartició en català.

Professors:

Cristòfol Casanovas (ccasanovas@tecnocampus.cat) i també col·laboren:

- Jaume Ribó (rodatge, edició i plataformes)
- Jordi Boixadós (videomàrqueting en línia)

Els recursos de l'assignatura seran en forma d'apunts.

Competències que es treballen

Bàsica

- B4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

Específica

- E7. Gestionar oportuna i convenientment els recursos disponibles en els ambients de treball en els que toqui dirigir.
- E9. Aplicar les eines tecnològiques per a l'aprofitament dels recursos del negoci a través del Màrqueting.
- E10. Analitzar i avaluar el paper de les comunitats digitals i les xarxes socials a l'empresa.

General

- G1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.
- G2. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant el canvi i estar disposats a re-avaluar els vells models mentals que limiten el pensament.
-

G3. Integrar els valors de la justícia social, la igualtat entre homes i dones, la igualtat d'oportunitats per a tots i especialment per a les persones amb discapacitat, de manera que els estudis de Màrqueting i Comunitats Digitals contribueixin a formar ciutadans i ciutadanes per una societat justa, democràtica i basada en la cultura del diàleg i de la pau.

Transversal

- T4. Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària.
- T5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

Descripció

Assignatura orientada a tres vessants :

1. Conèixer la complexitat de la creació d'un vídeo: del guió a la postproducció. Es desenvolupen continguts tècnics, en guió, il·luminació, fotografia, i edició de vídeo.
2. Conèixer el funcionament del videomàrqueting en línia.
3. Utilitzar les plataformes i posicionament de vídeos a la xarxa.

Aquesta assignatura disposa de recursos metodològics i digitals per fer possible la seva continuïtat en modalitat no presencial en el cas de ser necessari per motius relacionats amb la Covid-19. D'aquesta forma s'assegurarà l'assoliment dels mateixos coneixements i competències que s'especifiquen en aquest pla docent.

El Tecnocampus posarà a l'abast del professorat i l'alumnat les eines digitals necessàries per poder dur a terme l'assignatura, així com guies i recomanacions que facilitin l'adaptació a la modalitat no presencial.

Resultats d'aprenentatge

L'alumne domina les eines tecnològiques bàsiques per a l'aprofitament dels recursos de Màrqueting, l'e-Marketing i de les Xarxes Socials com a suport a la presa de decisions empresarials.

L'alumne coneix els nivells de complexitat de creació d'un vídeo segons el gènere d'audiovisual en línia que vulgui o necessiti treballar, així com utilitzar les diferents plataformes de vídeo en línia.

Metodologia de treball

Sessions teòriques

MD1. Classe magistral: Sessions de classe expositives basades en l'explicació del professor en la qual assisteixen tots els estudiants matriculats en l'assignatura.

MD3. Presentacions: Formats multimèdia que serveixen de suport a les classes presencials

Aprenentatge dirigit

MD7. Estudi de casos: Dinàmica que parteix de l'estudi d'un cas, que serveix per contextualitzar a l'estudiant en una situació en concret, el professor pot proposar diferents activitats, tant a nivell individual com en grup, entre els seus estudiants

Aprenentatge autònom

MD10. Recerca i lectura crítica d'articles. Els estudiants parteixen d'una hipòtesi de treball que van a desenvolupar, seguint les fases de la metodologia de recerca, entre les quals la lectura crítica d'articles

Continguts

Tema 1 – Les selfies i les auto presentacions. Història del retrat i autoretrat.

Tema 2 - Situació actual i gèneres audiovisuals del vídeo-màrqueting en línia. Pla de màrqueting digital. Els vídeos industrials i corporatius.

Tema 3 - Procés de creació d'un vídeo. Guionatge. Producció: Tècnica (il·luminació i fotografia) Llenguatge cinematogràfic. So.

Tema 4- Edició de vídeo.

Tema 5- Plataformes per vídeo en línia. Posicionament.

Activitats d'aprenentatge

Sessions teòriques

Sessions pràctiques

Treball en grup

Treball individual

Hi ha treballs individuals, i d'altres per parelles o grups de 3.

Les pràctiques són obligatòries.

Sistema d'avaluació

Avaluació continuada: 70 %

Repartit de la següent forma:

TREBALL 1 (SE1): Treball progressiu a partir d'una auto presentació + Pràctiques a l'aula+Plataformes 35 %

TREBALL 2 (SE2): Vídeo institucional. Lectures de textos . 10 %

TREBALL 3 (SE2): Pla de màrqueting digital + guió de vídeo 25%

30 % Examen Final (SE4)

Per ponderar amb l'avaluació continuada cal aprobar l'examen amb un mínim de 4,5, en cas contrari la nota final és 0 i cal recuperar l'examen.

Els treballs no són recuperables. Només es podrà recuperar la part corresponent a l'examen final.