

Diseño de campaña
GUÍA DOCENTE

GRADO EN FOTOGRAFÍA Y CREACIÓN AUDIOVISUAL
Curso 2025/2026

Identificación de la asignatura

<i>Periodo de impartición</i>	Anual
<i>Créditos</i>	3 ECTS
<i>Modalidad</i>	Presencial
<i>Idioma en el que se imparte</i>	Castellano
<i>Facultad</i>	Facultad de Artes Visuales y Creación Digital
<i>Docente</i>	Laura Abella

Presentación de la asignatura

Introducción a las estrategias de marketing digital. Introducción al SEO. Planificación estratégica de posicionamiento orgánico. Herramientas SEO: estudio de keywords, optimización y análisis. SEM: diseño de campaña, estudio de inversión y monitorización de resultados.

Competencias

CG01	Gestionar información procedente de diversas fuentes y aplicarla al ámbito de la creación fotográfica y audiovisual.
CG04	Conocer los recursos tecnológicos propios de la disciplina y sus aplicaciones en la creación visual, asimilando las innovaciones que se produzcan.
CG05	Solucionar problemas y generar dinámicas de trabajo en entornos multidisciplinares.
CE09	Conocer diferentes recursos de las narrativas transmedia y su aplicación al posicionamiento web.
CE10	Conocer el marco legal y normativo que regula y condiciona la actividad profesional y sus contenidos.
CE11	Adquirir una visión global de la situación actual de la industria fotográfica y su relación con las industrias culturales.
CE13	Llevar a cabo un encargo profesional atendiendo a diferentes estrategias de marketing y técnicas comunicativas de la imagen.

Resultados de aprendizaje

Al finalizar el curso, cada estudiante deberá ser capaz de:

1. Utilizar diferentes softwares de posicionamiento web.
2. Organizar las diferentes fases de una campaña en redes sociales.
3. Identificar y seleccionar adecuadamente herramientas para la venta y difusión de productos visuales.
4. Diseñar estrategias de marketing digital adaptadas a diferentes dispositivos.
5. Planificar una estrategia de posicionamiento orgánico.
6. Conocer y solucionar los diferentes requisitos legales específicos de una campaña de marketing online.

Metodología docente

MD1	Impartición de clases teóricas.
MD2	Impartición de clases prácticas.
MD3	Talleres de resolución de problemas y discusión de resultados.
MD4	Aprendizaje por proyectos.
MD6	Tutorías académicas.

Contenidos

<i>Temario</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a las estrategias de marketing digital. 2. Introducción al SEO: conceptos básicos y su importancia en la estrategia de contenido. 3. Planificación estratégica de posicionamiento orgánico. 4. Herramientas SEO: estudio de keywords, optimización y análisis. 5. SEM: diseño de campaña, estudio de inversión y monitorización de resultados.
----------------	--

Actividades formativas

AF1	Participación y asistencia a clases teóricas y teórico-prácticas.	12 horas
AF2	Realización de ejercicios y prácticas en el aula.	14 horas
AF5	Realización de actividades de apreciación artística: asistencia a seminarios, visitas a exposiciones o visionado de obras visuales/audiovisuales.	10 horas
AF6	Realización de actividades de investigación: búsqueda y selección de documentación, lectura de material de apoyo y referencias bibliográficas y visuales.	2 horas
AF7	Asistencia a tutorías individuales presenciales.	2 horas
AF8	Asistencia y realización de pruebas de conocimiento.	50 horas

* La distribución de horas entre las actividades formativas puede sufrir cambios debido a necesidades académicas del curso, del grupo y/o del equipo docente.

Evaluación

CRITERIOS GENERALES DE EVALUACIÓN

ASISTENCIA

Las clases son de carácter presencial y su asistencia es obligatoria, siendo esta determinante en el sistema de evaluación continua, y en la actitud y la participación en clase. No obstante, por situaciones excepcionales de salud o de conciliación familiar, el alumnado podrá solicitar el acceso online por adaptación metodológica (para más información contactar con el departamento de estudiantes).

CALIFICACIÓN

El sistema de evaluación continua valora de forma integral los resultados obtenidos por el/la estudiante a través de los procedimientos de evaluación recogidos en el siguiente apartado, de acuerdo con la calificación de 0 a 10 según la legislación vigente.

Si la/el estudiante desea intentar subir nota en convocatoria extraordinaria, deberá renunciar previamente en Secretaría Académica, por escrito, a todas las calificaciones obtenidas en convocatoria ordinaria. Su calificación final será la obtenida en convocatoria extraordinaria.

ORTOGRAFÍA Y EXPRESIÓN

La calificación de pruebas escritas incluye aspectos como la ortografía y expresión escrita. En los exámenes no se admitirán más de 2 faltas de ortografía o 10 tildes (omitidas o mal colocadas). Los trabajos realizados fuera de clase no podrán contener más de 1 falta.

TRABAJOS UNIVERSITARIOS

Todos tendrán portada, índice y bibliografía con, al menos, 4 fuentes. Deben ser originales. Cuando se emplean fragmentos ajenos estarán citados. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito. Si un/una estudiante copia el trabajo de otro/a, ambas personas se considerarán responsables.

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

EVALUACIÓN ORDINARIA

El equipo docente indicará, mediante explicación en clase o documento adicional a disposición del alumnado a través del Aula Virtual, detalles o especificaciones de contenido o entrega de las pruebas de evaluación.

Los trabajos que no se entreguen/presenten en los plazos establecidos por el equipo docente serán calificados con una nota de 0.

<i>Pruebas (*)</i>	<i>Reevaluable/no reevaluable</i>	<i>Nota mínima si/no</i>	<i>Ponderación en %</i>
SE1 Pruebas de conocimiento presenciales (orales y/o escritas)	SI	SI (5)	30%
SE2 Valoración de trabajos y proyectos	SI	NO	30%
SE3 Evaluación continua: tareas y deberes semanales, informes periódicos, resolución de problemas	SI	NO	20%
SE5 Actitud y participación	NO	NO	20%
			100%

(*)De todas las pruebas aquí expuestas se tienen que recoger evidencias y entregarlas para archivo en la Secretaría Académica (escritos, grabaciones...).

TODAS LAS CREACIONES, TANTO FOTOGRÁFICAS COMO AUDIOVISUALES, DEBEN SER ORIGINALES DEL ALUMNADO, NO SE ADMITIRÁN TRABAJOS DE APROPIACIÓN EN LOS QUE ÉSTA SUPONGA MÁS DEL 25% DEL TOTAL DE PIEZAS PRESENTADAS

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

Los/las estudiantes que no superen la asignatura en el semestre en que se imparte dispondrán de una convocatoria extraordinaria para su superación, excepto en aquellos supuestos en los que no resulte posible por las características especiales de la asignatura.

La/el estudiante realizará o entregará las pruebas de evaluación que el equipo docente estime oportunas y de las que habrá sido informado previamente. El equipo docente se reserva el derecho a decidir si se mantienen las calificaciones de Sistemas de Evaluación en que el/la estudiante haya obtenido una calificación superior a 5 a lo largo del curso académico.

REVISIÓN DE LAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN

Conforme al procedimiento de reclamación de exámenes recogido en la Normativa del Alumnado de TAI.

Recursos didácticos

BIBLIOGRAFÍA

FILMOGRAFÍA RECOMENDADA

SITIOS WEB DE INTERÉS

MATERIAL DEL ALUMNO NECESARIO PARA LAS CLASES

VISITAS, MÁSTER CLASSES, EVENTOS O TALLERES ADICIONALES

Exposiciones y visitas en función de la disponibilidad y calendario cultural.