



UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

## **Producción Multimedia**

Grado en COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL – 4º curso

Presencial

## Sumario

<b>Datos básicos</b>	<b>3</b>
<b>Breve descripción de la asignatura</b>	<b>4</b>
<b>Requisitos previos</b>	<b>4</b>
<b>Objetivos</b>	<b>4</b>
<b>Competencias</b>	<b>4</b>
<b>Contenidos</b>	<b>5</b>
<b>Metodología</b>	<b>6</b>
<b>Criterios de evaluación</b>	<b>6</b>
<b>Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial</b>	<b>7</b>
<b>Breve CV del profesor responsable</b>	<b>8</b>
<b>Adenda Guía docente <i>online</i></b>	<b>9</b>

# Nombre de la asignatura

## Datos básicos

**Módulo:** Creación multimedia

**Carácter:** Obligatoria

**Nº de créditos:** 6 ECTS

**Unidad Temporal:** 4º Curso – 1er. Semestre

**Calendario:** Del día 28 de septiembre de 2020 al día 16 de enero de 2021.

**Horario:** martes de 8 a 9:40h., miércoles, de 10:20 a 12. (G1) y de 12:40 a 14:20h.

**Idioma en el que se imparte:** Español

**Profesor/a responsable de la asignatura:** Dr. Juan Ramón Martín San Román

**E-mail:** jrmartinsa@upsa.es

**Horario de tutorías:** martes, de 10 a 14h.

## Breve descripción de la asignatura

Desarrollo y aplicación de los procesos de gestión, dirección y producción de contenidos basados en la comunicación digital y los medios interactivos: Internet, soportes de movilidad, instalaciones, etc.

La asignatura recorre las fases de creación de un producto digital multimedia.

## Requisitos previos

No existen requisitos previos.

## Objetivos

- Desarrollar la habilidad de planificar y prototipar un producto digital multimedia desde la fase de investigación a la de testeo.
- Desvelar la importancia de la identidad digital y el branding en la estrategia de comunicación digital.
- Familiarizar al estudiante con en la concepción y edición de sitios web y aplicaciones móviles.
- Mostrar al estudiante herramientas que le permitan realizar prototipos de productos digitales.

## Competencias

Competencias generales	A11. Conocimiento y aplicación de los diferentes elementos tecnológicos y procesos técnicos de la edición y postproducción audiovisual multimedia.
------------------------	--

	B6. Capacidad para la utilización de técnicas y procesos en organización y creación en las fases de la creación y postproducción multimedia.
	C2. Habilidad para utilizar las herramientas tecnológicas con la finalidad de dotar de calidad técnica adecuada a los distintos discursos audiovisuales creados.
Competencias específicas	E1. Adquisición de conocimiento para la gestión de un proyecto multimedia y la comprensión de sus fases de desarrollo. E2. Perfeccionamiento y especialización en el manejo de sistemas de producción multimedia, edición y tratamiento de imágenes, audio, edición no lineal de vídeo y animación vectorial. E3. Adquisición de conocimiento enfocado a la detección de las necesidades e intereses de los usuarios de los soportes interactivos y multimedia. E4. Experimentación con formatos interactivos vanguardistas de gestión y producción multimedia.

## Contenidos

### CONTENIDOS DE LA ENSEÑANZA TEÓRICA

1. El diseño y el *Design Thinking* en la generación de producto digital.
2. Principios y técnicas del diseño de interacción y de la experiencia de usuario.
3. La identidad digital: estrategia, contenidos y formatos

### CONTENIDOS DE LA ENSEÑANZA PRÁCTICA

La asignatura se articula entorno a ejercicios y a prácticas.

Los ejercicios se realizan en clase y sirven para adquirir competencias relativas a las prácticas. Los ejercicios no puntúan de cara a la nota final, se consideran un entrenamiento necesario para poder realizar las prácticas.

Las prácticas cuentan con una gran carga de trabajo autónomo del alumno y girarán en torno al diseño de un producto digital multimedia.

## Metodología

METODOLOGÍA	HORAS	HORAS DE TRABAJO PRESENCIAL	HORAS DE TRABAJO NO PRESENCIAL
Sesiones con todo el grupo	24	60 (40%)	
Sesiones por grupos	26		
Pruebas y presentación proyectos	8		
Tutorías	2		
Proyecto	45		90 (60%)
Lecturas, búsqueda documentación	30		
Preparación examen teórico	15		
<b>TOTAL</b>		<b>60</b>	<b>90</b>

## Criterios de evaluación

### PARTE TEÓRICA

El 30% se obtendrá a partir de pruebas teóricas basadas en las explicaciones de clase y las lecturas ofrecidas por el profesor.

### PARTE PRÁCTICA

ENTREGAS PARCIALES (50%). Se obtendrá a partir del cálculo de la media de cada entrega.

MEMORIA FINAL (20%). Se obtendrá a través de la memoria final entregada.

Se realizará un control de prototipado.

Para aprobar la parte práctica habrá que alcanzar, al menos, un 4/10 en la media de las entregas parciales.

### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA.

En la **primera convocatoria extraordinaria** (segunda convocatoria dentro del mismo curso), el alumno se presentará únicamente a las partes que tenga suspensas. En el caso de tener suspensa la parte práctica, realizará un control en el aula de ordenadores para demostrar sus competencias referidas al manejo o creación de prototipos de productos digitales. Este control se realizará con el programa de prototipado que se use durante el curso.

En las **convocatorias extraordinarias de otros cursos** (agotadas las primera y segunda convocatorias dentro del curso, también llamada convocatoria de pendientes), el alumno deberá hacer lo siguiente:

- *Parte práctica*: presentar los trabajos correspondientes a la parte práctica y demostrar, mediante un control en el aula de ordenadores, sus competencias referidas al manejo o creación de prototipos de productos digitales. Este control se realizará con el programa de prototipado que se use durante el curso.
- *Parte teórica*: examen teórico y control de lecturas obligatorias.

En cualquiera de los dos casos, es imprescindible que el estudiante hablar directamente con el profesor o se ponga en contacto con él mediante el correo electrónico.

## Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Se empleará la plataforma Moodle como repositorio de las presentaciones empleadas en clase y otros materiales de interés. También será el lugar en el que se entreguen las fases del proyecto.

### BIBLIOGRAFÍA

Armengol, D. (2020). *Modelos*. <https://interactionphilia.com/modelos/>

Allanwood, G y Beare, P. (2015). *Bases del diseño de interacción: Diseño de experiencias de usuario*. Parramón.

Castro, J. W. y Acuña, S. T. (2009). Integrando la Técnica de Personas en la Actividad de Análisis de Requisitos. *FAZ*, 3. [http://www.revistafaz.org/n3/integrando\\_tecnica.pdf](http://www.revistafaz.org/n3/integrando_tecnica.pdf)

Chaves, N. Y Belluccia, R. (2003). *La marca corporativa: Gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Paidós.

Hassán, Y. (2010): *Experiencia de usuario: Principios y métodos*.

<http://yusef.es/blog/2016/05/experiencia-de-usuario-principios-y-metodos-en-pdf/>

Ideo (2015). The Field Guide to Human-Centered Design. IDEO.org.

Martin-Sanromán, J.R. (2012): Comunicación visual. Centro de Estudios Financieros.

Martín-Sanromán, J.R., Suárez Carballo, F., Galindo Rubio, F., & Raposo, D. (2019). Aesthetics, usability, and the digital divide: an approach to beauty, UX, and subjective well-being. En Muñiz-Velázquez, J.A. & Mulido, C.M. (Ed.), *The Routledge handbook of positive communication. Contributions of an emerging community of research on communication for happiness and social change* (pp.286-294). New York: Routledge.

Martín-Sanromán, J.R., Suárez Carballo, F., Zambrano, J.C. (2019). La experiencia de usuario en los productos periodísticos: un enfoque desde el diseño centrado en el lector-usuario. *El Argonauta Español*. <https://doi.org/10.4000/argonauta.3540>

Norman, D. A. (1990). *La psicología de los objetos cotidianos*. Nerea.

Norman, D. A. (2005). *El diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos*. Paidós.

Ronda León, R. (2000). Arquitectura de Información: análisis histórico-conceptual.  
[http://www.nosolousabilidad.com/articulos/historia\\_arquitectura\\_informacion.htm](http://www.nosolousabilidad.com/articulos/historia_arquitectura_informacion.htm)

Velilla, J. (2010). *Branding*. UOC.

#### PLATAFORMA MOODLE

El estudiante podrá encontrar las instrucciones de las prácticas y otras entregas, así como material adicional en la plataforma *Moodle* de la asignatura.

#### TUTORÍAS

Existe un horario de tutorías para la atención presencial. El alumno también puede recibir apoyo tutorial a través de sistemas de videoconferencia, foro de Moodle o mail.

## Breve CV del profesor responsable

**Juan Ramón Martín San Román** es doctor en Comunicación. Desde 1994 es profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca (UPSA) y director del Master Universitario en Diseño Gráfico y de Interface para nuevos dispositivos. Imparte asignaturas relacionadas con la Comunicación Visual, el Diseño Gráfico y el Diseño de Interacción. Los ejes que han centrado su investigación siempre han sido el diseño, la tecnología y la comunicación, así como aquello que tiene que ver con la eficacia comunicativa del diseño gráfico, el uso estratégico de la identidad visual, el estudio del significado connotativo de las imágenes (mediante 'diferencial semántico') y la usabilidad y experiencia de usuario.



# ADENDA GUÍA DOCENTE *ONLINE*

Vigente durante el curso 2020-21 en caso de confinamiento generado por la crisis del COVID-19

## Producción Multimedia

### Metodología en el entorno *online*

METODOLOGÍA (ACTIVIDADES FORMATIVAS)		TOTAL HORAS	HORAS ACTIVIDADES SÍNCRONAS DEL ALUMNO	HORAS ACTIVIDADES ASÍNCRONAS DEL ALUMNO
CLASES SÍNCRONAS	Sesiones con todo el grupo	18	40 (26,5%)	
	Sesiones prácticas síncronas	14		
	Tutorías online	2		
PRUEBAS Y PRESENTACIONES SÍNCRONAS	Pruebas síncronas (escritas y control de prototipado)	6		
	Pruebas y presentaciones orales síncronas			
PRUEBAS DE EVALUACIÓN ASÍNCRONAS	Pruebas escritas asíncronas			
RETOS ACADÉMICOS	Enunciado, entrega y retroalimentación de tareas	90		
	Creación, almacenamiento y búsqueda de información			
	Realización de consultas y encuestas			
	Discusiones, debates o diálogos			
	Lección práctica de actividades y contenidos interactivos			
	Generación colectiva de material	20		
<b>TOTAL</b>		150	30-60	90-120

## Criterios de evaluación en el entorno *online*

EVALUACIÓN		PUNTOS (sobre 10)
PRUEBAS Y PRESENTACIONES SÍNCRONAS	Pruebas y presentaciones orales síncronas	
	Pruebas escritas síncronas	
PRUEBAS DE EVALUACIÓN ASÍNCRONAS	Pruebas escritas asíncronas	
RETOS ACADÉMICOS	Enunciado, entrega y retroalimentación de tareas (entregas parciales y memoria final)	7
	Creación, almacenamiento y búsqueda de información	
	Realización de consultas y encuestas	
	Discusiones, debates o diálogos	
	Lección práctica de actividades y contenidos interactivos	
	Generación colectiva de material	3
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>

### ● PRUEBAS Y RETOS ACADÉMICOS DE EVALUACIÓN *ONLINE*

- ENTREGAS PARCIALES (50%). Se obtendrá a partir del cálculo de la media de cada entrega.
- MEMORIA FINAL (20%). Se obtendrá a través de la memoria final entregada.
- REPOSITORIO (30%) Aportaciones individuales a un repositorio de principios y técnicas relacionados con la materia.

## Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial *online*

Se empleará la plataforma Moodle como repositorio de las presentaciones empleadas en clase, las instrucciones detalladas de cada actividad y el material complementario para poder desarrollarlas de forma asíncrona. También será el lugar en el que se entreguen las fases del proyecto.

Además, se emplearán los recursos propios de la biblioteca de la universidad.