

GUÍA DOCENTE 2025-2026

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Creación de productos audiovisuales y multimedia		
PLAN ESTUDIOS:	DE	Grado en Comunicación Audiovisual	
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades		
CARÁCTER ASIGNATURA:	DE	LA	Básica
ECTS:	6		
CURSO:	Segundo		
SEMESTRE:	Segundo		
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	EN	QUE	SE Castellano
PROFESORADO:	Adriana del Val Ruiz		
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	DE	CORREO	adriana.delval@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica
CONTENIDOS:
<ul style="list-style-type: none"> • TEMA 1. Narrativas digitales <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Introducción a las narrativas digitales 1.2. Tecnologías y retos inmersivos 1.3. Transmedia • TEMA 2. Nuevos géneros y formatos <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Novelas Visuales, Juegos de Rol, LARP 2.2. Nuevos escenarios creativos: teatro transmedia y creación colaborativa

- 2.3. Universos sonoros
 - TEMA 3. El documental interactivo
 - 3.1. Análisis del formato del webdoc
 - 3.2. Creación y diseño
 - 3.3. Realización y postproducción
 - TEMA 4. Fronteras entre la ficción y No ficción
 - 4.1. En las fronteras de la ficción
 - 4.2. Tecnologías emergentes: ChatGPT y la creación IA frente al periodismo
 - 4.3. Ciudadab@s cÍborg

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes adquieran la:

- CG1 - Capacidad para reconocer, analizar e interpretar diversos procesos de comunicación.
- CG2 - Capacidad para desarrollar pensamiento crítico en la investigación y la actividad profesional.
- CG3 - Capacidad para crear y comunicar mensajes a públicos diversos.
- CG4 - Capacidad para aplicar sus conocimientos en propuestas innovadoras.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los alumnos sean capaces de:

- CE21 - Desarrollar destrezas para la creación de productos audiovisuales en entornos multimedia.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Poseer conocimientos sobre el funcionamiento de la Web 2.0. y sus posibilidades para la creación de productos multimedia.
- Conocer las características específicas que diferencian el lenguaje multimedia de otros.
- Identificar las herramientas multimedia de mayor uso y difusión en el campo profesional.
- Conocer las herramientas para integración de medios e interacción social
- Analizar las tendencias en creación de productos multimedia
- Practicar la creación y gestión de productos multimedia.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje cooperativo / Trabajo en grupos
- Trabajo autónomo

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas		Horas
Actividades dirigidas	Clases expositivas	12
	Clases prácticas	15
	Seminarios y talleres	10.5
Actividades supervisadas	Supervisión de actividades	15
Actividades autónomas	Preparación de clases	22.5
	Estudio personal y lecturas	30
	Elaboración de trabajos (individual / en grupo)	30
	Trabajo en campus virtual	7,5

Actividades de evaluación	Actividades de evaluación	7.5
----------------------------------	---------------------------	-----

El primer día de clase, el profesor/a proporcionará información más detallada al respecto.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:		
En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:		
	Actividades de evaluación	Ponderación
Evaluación continua	Actividad individual	10%
	Proyecto Transmedia	20%
	Examen parcial	30%
Evaluación final	Prueba final teórico-práctica	40%

La calificación del instrumento de la evaluación final (tanto de la convocatoria ordinaria como de la extraordinaria, según corresponda) **no podrá ser inferior, en ningún caso, a 4,0 puntos** (escala 0 a 10) para aprobar la asignatura y consecuentemente poder realizar el cálculo de porcentajes en la calificación final.

| **CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:** | | |
| La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltese el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de una prueba teórico-práctica con un valor del 40% de la nota final de la asignatura. El resto de la nota se complementará con la calificación obtenida en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria. | | |

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:
Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:
<ul style="list-style-type: none"> - Ávila, C. (2019). <i>Estrategias y marketing de contenidos</i>. Anaya Multimedia. - Jenkins, H., Ford, S. y Green, J. (2013). <i>Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture</i>. New York University Press. - Orihuela, J. L. (2021). <i>Culturas digitales. Textos breves para entender cómo y por qué internet nos cambió la vida</i>. Pamplona: Ediciones Eunete.

- Tejedor, S. (2015). *Técnicas y herramientas en la creación de productos multimedia*. Material didáctico propio de la institución.
- Scolari, C. A. (2022). *La guerra de las plataformas: del papiro al metaverso*. Barcelona: Anagrama.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura.

- Koenitz, H., Ferri, G., Haahr, M., Sezen, D. & Sezen, T.I. (2015). *Interactive Digital Narrative: History, Theory and Practice*. Routledge.
- Martori-Muntsant, A. (2023). Las dinámicas multimedia y transmedia en la prensa de proximidad: ¿utopía o realidad? Un análisis del caso catalán. *Revista Mediterránea de Comunicación*.
- Orihuela, J.L. (2003). *Los 10 paradigmas de la e-Comunicación*. Trabajo presentado en V Foro de Investigación Europea en Comunicación: La Comunicación: Nuevos Discursos y Perspectivas, Madrid.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Planeta

WEBS DE REFERENCIA:

- Behance <https://www.behance.net/>
- Datawrapper (n.d.). <https://www.datawrapper.de/>
- El cañonazo transmedia (n.d.). <http://elcanonazo.com/>
- Laboratorio de Innovación Audiovisual Rtve: <http://www.rtve.es/lab/>
- Mediapro <https://www.mediapro.tv/es/audiovisual/centros-produccion>
- Scolari, C. (n.d.). *Hipermediaciones*. <https://hipermediaciones.com/>

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

No aplica.