

GUÍA DOCENTE 2024-2025

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Aplicaciones Multimedia en la creación publicitaria		
PLAN DE ESTUDIOS:	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades		
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria		
ECTS:	6		
CURSO:	Segundo		
SEMESTRE:	Segundo		
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Castellano		
PROFESORADO:	Dra. Ana Visiers Elizaincin		
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	ana.visiers@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 <ul style="list-style-type: none"> 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 sean capaces de: <ul style="list-style-type: none"> • CG1 - Capacidad para reconocer, analizar e interpretar diversos procesos de comunicación. • CG3 - Capacidad para crear y comunicar mensajes a públicos diversos.
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:
Que los alumnos sean capaces de: <ul style="list-style-type: none"> • CE16.- Conocer diversas aplicaciones multimedia disponibles en la actualidad para el soporte de actividades publicitarias.
RESULTADOS DE APRENDIZAJE:
En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje: <ul style="list-style-type: none"> • Conocer los fundamentos y antecedentes del lenguaje multimedia en el campo publicitario. • Identificar las características y usos del lenguaje multimedia aplicados al campo de la publicidad.

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: <ul style="list-style-type: none"> • 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:				
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Actividades formativas</th> <th>Horas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	Actividades formativas	Horas		
Actividades formativas	Horas			

Actividades dirigidas	Clases expositivas	7,5
	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	45
	Elaboración de trabajos (individual / en grupo)	22,5
	Trabajo en campus virtual	4,5
Actividades 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	Trabajo individual	5%
	Trabajo en grupo	25%
	Examen parcial	20%
Evaluación final	Prueba final teórico-práctica	50%

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 (consúltase el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de una prueba teórico-práctica con un valor del 50% 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:

- Ávila, C. (2019). *Estrategias y marketing de contenidos*. Anaya Multimedia.

- Jenkins, H., Ford, S. y Green, J. (2013). *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.
- Orihuela, J. L. (2021). *Culturas digitales. Textos breves para entender cómo y por qué internet nos cambió la vida*. Pamplona: Ediciones Eunate.
- 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/>

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

No aplica