

GUÍA DOCENTE

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Creación de productos audiovisuales y multimedia
PLAN DE ESTUDIOS:	Grado de Comunicación Audiovisual
CENTRO:	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Básica
ECTS:	6
CURSO:	Segundo
SEMESTRE:	2
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Español
NOMBRE Y APELLIDOS:	Santos Gracia
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	santos.gracia@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

CONTENIDOS:
<p><u>Tema 1</u> Internet no es una herramienta, es un nuevo espacio social</p> <p><u>Tema 2</u> La comunicación social en la sociedad red: internet y la era digital</p> <p><u>Tema 3</u> Competencias TIC en comunicación.</p> <p><u>Tema 4</u> Trabajo en equipo en entornos virtuales.</p> <p><u>Tema 5</u> La expresión social en la red global: Web 2.0</p> <p><u>Tema 6</u></p>

Herramientas y artefactos digitales para la comunicación digital.

COMPETENCIAS

Competencias generales:

- 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:

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

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.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

En la convocatoria ordinaria la asignatura se evaluará de la siguiente manera:

Evaluación continua:

- a) Una prueba parcial escrita teórica y/o práctica (25%)
- b) Resolución de casos prácticos, realización de trabajos grupales e individuales, prácticas en estudio de radio/plató de TV) (20%)
- c) Interés y participación del alumno en la asignatura (5%)

Evaluación final:

- d) Una prueba final escrita teórico-práctica (50 %)

La nota del examen final no podrá ser inferior en ningún caso a 3,5 puntos sobre 10 para hacer media con la calificación obtenida en la evaluación continua. Si la nota del

examen final es inferior a 3,5 puntos, la calificación final de la asignatura será un suspenso.

El alumno que suspenda en la convocatoria ordinaria deberá examinarse, en la convocatoria extraordinaria, del conjunto de la asignatura. En esta convocatoria, se guardarán las calificaciones obtenidas en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

CEREZO, JOSÉ M. (dir.) (2006). *La blogosfera hispana. Pioneros de la cultura digital*. Fundación France Telecom.

DÍAZ NOCI, JAVIER; SALAVERRÍA ALIAGA, RAMÓN. (coords.). (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel.

FUMERO, ANTONIO; ROCA, GENÍS. (2007). *Web 2.0*. Fundación Orange.

IGARZA, ROBERTO. (2008). *Nuevos medios: Estrategias de convergencia*. Buenos Aires, La Crujía ediciones.

LÓPEZ GARCÍA, XOSÉ; OTERO LÓPEZ, MARITA. (2007). *Bitácoras. La consolidación de la voz del ciudadano*. Netbiblio, La Coruña (España).

ELONIE, JULIE C. (2006). *Blogger*. Anaya Multimedia, Madrid.

MESO AYERDI, KOLDOBIKA. (2002). *Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del Periodismo: el periodista digital*. En: Revista Latina de Comunicación Social, La Laguna (Tenerife), Junio-Septiembre, Año 5, N° 51.

MOLIST, MERÇÉ. (2006). *El 'mashup', La Mezcla De Servicios En Internet Atrae A La Empresas*. En: Ciberpaís, EL PAÍS, Jueves 26 de octubre de 2006.

MORENO MUÑOZ, ANTONIO. (2000). *Diseño ergonómico de aplicaciones hipermedia*. Paidós: Barcelona.

NAFRÍA, ISMAEL. (2007). *Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de Internet*. Gestión2000, Barcelona.

O'REILLY, TIM. (2005). *GAT Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. (09-30-2005)

Enlace web: <http://www.oreillynet.com>

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

WEBS DE REFERENCIA

[1] <http://www.wikispaces.com>

[2] <http://www.google.com>

[3] <http://www.slide.com>

[4] <http://www.slideshare.com>

<http://www.blogger.com>

[5] <http://www.wordpress.com>

[6] <http://www.ning.com>



OTRAS FUENTES DE CONSULTA