

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	36608
Nom	Taller de projectes interactius
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2024 - 2025

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	4	Primer quadrimestre
1407 - Grau en Enginyeria Multimedia	Escola Tècnica Superior d'Enginyeria	4	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	11 - Complementos formatius de caràcter optatiu	Optativa
1407 - Grau en Enginyeria Multimedia	19 - Optativitat	Optativa

RESUM

Definició i caracterització de: interactiu, transmèdia, experiència d'usuari, usabilitat, interfície, immersió, narrativa transmèdia. Fonaments de la realitat i la ficció interactiva i transmèdia. Exploració i anàlisi de productes multimèdia. Edició i programari multimèdia.

Es tracta d'una assignatura pràctica on es desenvoluparà un projecte interactiu, bé mitjançant la creació d'una campanya de màrqueting o bé mitjançant un projecte de continguts interactius; ja sigui una web, app, revista digital, podcast... situat dins una proposta de nous formats.

Es generaran continguts interactius, s'organitzaran i s'integraran en un projecte transmèdia amb bona accessibilitat i usabilitat.

L'assignatura en el seu conjunt aporta un mapa cognitiu de les metodologies d'anàlisi, disseny i desenvolupament de productes digitals que compten amb la interactivitat com a tret comú. Aquest enfocament incideix en els aspectes relatius a les formes gràfiques, visuals i sonores de la comunicació audiovisual, Internet, el màrqueting i la cultura digital, els formats multimèdia o els usos de les noves tecnologies en entorns Web.



En aquest sentit, el mòdul està dissenyat com un treball de aplicació en el camp pràctic, que possibilita a l'estudiant articular de forma innovadora i creativa coneixements en comunicació interactiva, màrqueting i disseny digital.

Possibilitarà a l'estudiant un aprenentatge dels fonaments generals i els procediments per al disseny de projectes, les formes de producció, màrqueting i distribució, i la planificació dels recursos tecnològics. Es proposa una dinàmica de treball basada en el disseny d'un prototip de projecte, mitjançant una dinàmica participativa i creativa, l'adquisició d'habilitats en el maneig de les eines multimèdia.

CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

No shan especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla destudis.

1333 - Grau en Comunicació Audiovisual

- Que els estudiants sàpien aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïsquen les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seua àrea d'estudi.
- Que els estudiants puguen transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Que els estudiants hagen desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
- Que els estudiants siguen capaços de treballar en equip, de comunicar les pròpies idees i d'integrar-se en projectes comuns destinats a l'obtenció de resultats.
- Que los estudiantes tengan la capacidad y la creatividad necesarias para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción comunicativa, aplicando soluciones y puntos de vista fundados en el desarrollo de los proyectos.
- Que els estudiants tinguen capacitat d'adaptació als canvis tecnològics i sociolaborals.
- Que els estudiants siguen capaços d'obtindre i seleccionar la informació i les fonts rellevants per a la solució de problemes i l'elaboració d'estratègies.
- Que els estudiants posseïsquen habilitat per a l'organització i temporalització de les tasques, realitzant-les de manera ordenada adoptant amb lògica les decisions prioritàries en els diferents processos de l'activitat periodística.



- Que els estudiants manifesten respecte solidari per les diferents persones i pobles del planeta, així com coneixement dels grans corrents culturals en relació amb els valors individuals i col·lectius i respecte pels drets humans.
- Iniciativa, creativitat, credibilitat, honestedat, imatge, esperit de lideratge i responsabilitat tant de manera individual com corporatiu.
- Capacitat per a experimentar i innovar per mitjà del coneixement i l'ús de mètodes i tècniques aplicats.
- Capacitat per a actuar defenent una cultura de la pau i respectant els drets fonamentals en els processos de la comunicació, en concret la igualtat entre dones i hòmens en tots els tractaments informatius, interpretatius, sígnicos, dialògics i opinatius de la comunicació.
- Coneixement teoricopràctic de les tecnologies aplicades als mitjans de comunicació audiovisuals (fotografia, ràdio, so, televisió, vídeo, cine, i suports multimèdia) , incloent la capacitat per a utilitzar-los en la construcció i manipulació dels diversos productes que comprén l'àmbit de la comunicació audiovisual.
- ?
- ?

1407 - Grau en Enginyeria Multimedia

- I10 - Capacitat per a dissenyar i avaluar interfícies persona computador que garantisquen l'accessibilitat i usabilitat als sistemes, servicis i aplicacions informàtiques.
- MM1 - Posseir coneixement i capacitat de comprensió de fets essencials, conceptes, principis i teories relatives als sistemes multimèdia incloent totes les disciplines que estos sistemes comprenen.
- MM3 - Aplicar de forma adequada les metodologies, tecnologies, procediments i ferramentes en el desenrotllament professional dels productes multimèdia en un context d'ús real, aplicant les solucions adequades en cada entorn.
- MM7 - Ser capaç d'aplicar els principis de disseny i comunicació gràfica audiovisual als productes multimèdia.
- MM11 - Posseir coneixements i capacitat per a aplicar els diferents mecanismes i elements de la construcció dels relats audiovisuals tant lineals com no lineals atenent a diferents formats, tecnologies i suports de producció.
- MM21 - Comunicar de forma efectiva, tant per escrit com oralment, coneixements, procediments, resultats i idees relacionades amb les TIC i, concretament de la Multimèdia, coneixent el seu impacte socioeconòmic.

1. Comunicar de forma efectiva, tant per escrit com oralment, coneixements, procediments, resultats i idees relacionades amb el màrqueting i els sistemes i productes multimèdia.



2. Capacitat d'integrar-se dintre de grups de treball i col·laborar en entorns multidisciplinars sent capaç de comunicar-se amb adequament amb professionals de tots els àmbits.
3. Aplicar de forma adequada les metodologies, tecnologies, procediments i eines en el desenvolupament professional dels productes multimèdia en un context d'ús real, aplicant les solucions adequades en cada entorn.
4. Concebre, dissenyar, planificar, dirigir i realitzar projectes relacionats amb productes multimèdia utilitzant les metodologies pròpies de l'enginyeria, de gestió de recursos humans i d'economia.
5. Ser capaç de respondre professionalment a les exigències de cada pas en un procés de producció multimèdia: mostrant habilitats en confecció/compremsió de guions i comunicació, disseny gràfic per a comunicació, maneig de tecnologia de streaming, disseny de web, podcasts i apps, així com processos de producció i postproducció, així com estratègies de màrqueting en línia.
6. Coneixement teòric-pràctic de les tecnologies aplicades als mitjans de comunicació audiovisuals (fotografia, ràdio, so, televisió, vídeo, cinema i multimèdia).

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Continguts digitals i comunicació interactiva

- 1.1. Introducció a la comunicació i cultura digital.
- 1.2. Nous formats i convergència de mitjans i continguts. Disseny d'Interacció
- 1.3. Introducció a la comunicació amb dispositius mòbils. Les aplicacions i web apps.
- 1.4. Usabilitat i Experiència d'Usuari

L'objectiu docent d'aquesta part és que l'estudiant aprenga a reconèixer els principis bàsics de funcionament de la interactivitat amb l'usuari i la seua importància en relació al disseny.

2. Disseny multimèdia

- 2.1. Principis universals del disseny aplicats a entorns multimèdia.
- 2.2. Branding i creació d'imatge de marca
- 2.3. Arquitectura de la Informació i disseny multimèdia: Wireframes i disseny de prototips

L'objectiu per a aquest capítol se centra en que l'estudiant aprenga a reconèixer els principis bàsics pels quals es regeix un bon disseny visual en un marc participatiu i d'interacció amb l'usuari. Estudiar les maneres d'organització dels colors, les tipografies i les formes gràfiques simples, els seus trets definitoris, les estratègies per a combinar-los correctament i el seu simbolisme cultural. Introduir les possibilitats tècniques i expressives de la fotografia en l'àmbit multimèdia



3. Disseny i creació de continguts: vídeo i àudio

- 3.1. Etapes en la creació de vídeos per a l' àmbit multimèdia: producció, distribució, promoció i monetització.
- 3.2. Gèneres audiovisuals de l'univers Internet. Els productes transmèdia
- 3.3. Compressió de vídeo
- 3.4. Modalitats de producció i distribució de continguts audiovisuals i de so: multisuport, micromecenatge. Elaboració de podcasts, webs tv, YouTube, Twitch
- 3.5. Etapes de la sonorització audiovisual.
- 3.6. Disseny sonor. Música. So i narrativa.

L'objectiu d'aquest apartat és doble: D'una banda, acostar a l'estudiant les diferents fases tècniques i creatives que comporta la producció de vídeos per a internet, des de la planificació i enregistrament fins a la distribució i la promoció en línia. D'una altra, donar a conèixer també alguns dels gèneres i models audiovisuals nascuts en l'era digital i transmèdia com a conseqüència directa de l'abaratiment dels costos i la democratització de les eines tecnològiques.

4. Màrqueting en línia i Posicionament en internet

- 4.1 Elaboració d'estratègies de màrqueting en línia: el mail màrqueting, Mitjà social Màrqueting i Display ads,
- 4.2 Posicionament en cercadors i programes d'afiliació: estratègies de SEU i creació de campanyes de SEM. Google analytics.

Introducció al màrqueting digital i a les estratègies de decisió de contingut pròpies de l'àmbit d'internet, entre els quals té gran importància entendre com els cercadors organitzen la informació digital basant-se en les paraules clau, la indexació de continguts, etc.

5. Etapes del disseny d'un projecte interactiu

Elaboració del document de disseny: Estudi previ del mercat, idea, objectius, usuaris, arquitectura i pla de finançament.

Es tracta que l'estudiant elabore totes les fases de un projecte interactiu que li possibiliti, dins d'una dinàmica participativa i creativa, l'aprenentatge de les dinàmiques i eines digitals d'un procés de disseny i difusió d'un projecte multimèdia, així com una campanya de màrqueting digital.



VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Pràctiques en laboratori	60,00	100
Elaboració de treballs en grup	60,00	0
Estudi i treball autònom	10,00	0
Lectures de material complementari	5,00	0
Preparació de classes de teoria	15,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGIA DOCENT

Lliçó magistral: centrada fonamentalment en la introducció general de la matèria i les necessàries acotacions metodològiques que s'aplicaran al desenvolupament de cadascuna de les assignatures amb la finalitat de:

- Proporcionar una visió general dels continguts, les competències i les destreses que es pretenen adquirir, així com l'adquisició de les delimitacions conceptuals més rellevants i necessàries;
- Aportar les orientacions pertinents pel que fa al tractament dels textos proposats per a la lectura individual, anàlisi i estudi crític dels mateixos;
- Marcar les pautes per realitzar els treballs pràctics pel que fa a la metodologia i les tècniques d'estudi i investigació i adquisició de competències professionals específiques.

Treball per grups: Estudi i anàlisi de casos i resolució de problemes teoricopràctics

Preparació de l'exposició i l'exposició a l'aula.

Tutoria individual i en grup amb la finalitat de fer les consultes, oferir indicacions i resoldre dubtes de caràcter teòric i metodològic respecte a la matèria.

Activitats de caràcter autònom: Consulta i estudi de la bibliografia per part del alumnat.

AVALUACIÓ

El sistema general de qualificacions seguirà el Reglament d'avaluació i qualificació de la Universitat de València per a títols de grau i màster, aprovat pel Consell de Govern el 30 de maig del 2017 (ACGUV 108/2017)



- Prova escrita final 70%
- Presentació d'esquemes resums i textos proposats: 10%
- Valoració d'actitud i participació a la dinàmica de classe: 20 %

Els problemes d'ortografia, sintaxi i/o expressió escrita puntuaran negativament, podent comportar el suspens de la prova.

En el cas de comprovar-se plagi en un treball d'avaluació, aquest es podrà puntuar amb la qualificació numèrica de zero, amb independència del procediment disciplinari que es pugui incoar i, si escau, de la sanció que sigui procedent d'acord amb la legislació vigent.

L'honestat intel·lectual és vital a les comunitats acadèmiques, i per a la justa avaluació del treball de l'estudiantat. Tots els treballs presentats aquest curs han de ser d'autoria original. No s'admetran treballs en què es faci ús de col·laboració fraudulenta o la composició amb l'ajuda d'intel·ligència artificial (ChatGPT o altres), excepte si la utilització forma part dels continguts de l'assignatura i està autoritzada pel professorat que la imparteix.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- PRATT, A., Diseño Interactivo. Oceano Ámbar, Madrid, 2013
- BOU BAUZÁ, G., El guión multimedia, Anaya Multimedia, Madrid, 2003.
- SALAVERRÍA, R y ORIHUELA, JL. Introducción al diseño digital. Concepción y desarrollo de proyectos de comunicación interactiva. Anaya Multimedia, Madrid, 1999

Complementàries

- CARRILLO, J., Arte en la red, Ensayos de Arte Cátedra, Madrid, 2004.
- DARLEY, A., Cultura visual digital, Paidós, Barcelona, 2002.
- LLORET ROMERO, N., CANET CENTELLAS., F., Nuevos escenarios, nuevas formas de expresión narrativa: La Web 2.0 y el lenguaje audiovisual, Hipertext.net, núm. 6, 2008.
- SCOLARI, C., Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la comunicación digital interactiva, Gedisa, Barcelona, 2008.
- TRIBE, M., REENA JANA & UTA GROSENICK, Arte y Nuevas Tecnologías, Madrid, Taschen, 2006.