



GUÍA DOCENTE 2017-2018

**La Comunicación multimedia y la industria del
entretenimiento**

La materia pretende que el alumnado adquiriera conocimientos sobre el origen y desarrollo del lenguaje multimedia informativo y el papel de la interactividad en las narrativas hipertextuales y desarrollo del lenguaje multimedia. Se estudiará el lenguaje multimedia y como escribirlo, la generatividad, interactividad e instantaneidad, así como recoger las opciones del usuario, las condiciones tecnológicas para el desarrollo del proyectos y la narrativa hipertextual y multimedia (sus orígenes, las lógicas computacionales aplicadas a la narrativa y formatos, así como la convergencia mediática).

1. Denominación de la asignatura:

La Comunicación multimedia y la industria del entretenimiento

Titulación

Máster en Comunicación y Desarrollo Multimedia

Código

7692

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

Asignatura Obligatoria

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

Historia, Geografía y Comunicación



4.a Profesor que imparte la docencia (Si fuese impartida por mas de uno/a incluir todos/as) :

Andrés Bustillo Iglesias (abustillo@ubu.es 947259358, CV en <http://apps.ubu.es/profesorado/cv.php?docente=abustillo@ubu.es> y en www.andresbustillo.es) y José María Chomón Serna (jmchomon@ubu.es) CV en <http://apps.ubu.es/profesorado/cv.php?docente=jmchomon@ubu.es>

4.b Coordinador de la asignatura

José María Chomón Serna

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

1- Primero

6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Básica

7. Requisitos de formación previos para cursar la asignatura:

Ninguno

8. Número de créditos ECTS de la asignatura:

6 ETCS

9. Competencias que debe adquirir el alumno/a al cursar la asignatura

CG02
CG03
CT04
CE02



10. Programa de la asignatura

10.1- Objetivos docentes
Crear y comunicar mensajes audiovisuales. Conocer los principios básicos de las estrategias y técnicas multimedia para la difusión y promoción de contenidos. Disponer de las herramientas multimedia y saber elaborar estrategias adecuadas que fomenten la propagabilidad de los mensajes. Comprender y saber desarrollar las estrategias de las plataformas Crossmedia y Transmedia. Conocer y tener capacidad de elaborar proyectos basados en la Cultura Transmedia, que fomenten la fidelización de los prosumidores. Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse los alumn@s. Conocer los principios y saber diseñar un guión transmedia.
10.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)
Estrategias multimedia 1.- Comunicación Multimedia Concepto de multimedialidad - La web 2.0. El punto de partida. - De la comunicación unidireccional a la comunicación interpersonal masiva - Multimedia. Interactividad. Comunicación viral. 2.- El receptor de los contenidos. El Prosumidor: usuario activo. Promumidor. Persumidor. Conceptos Los dominios de Prosumer: - Plataformas de audio - Plataformas de vídeo - Plataformas de imágenes - Plataformas de blogging - Herramientas colaborativas - Redes Sociales... 3.- Modelos para la propagación de contenidos Narrativa multiplataforma - Narrativa Cross-media - Narrativa transmedia - Diseño de proyectos cross-media y transmedia. - El Guion: Ficción y entretenimiento. - Modelos de distribución de videojuegos. 4.- Las ventajas de la multimedialidad y las nuevas narrativas - La experiencia social como elemento de fidelización - Segmentación de audiencias - El receptor convertido en emisor



5.- Adaptación de contenidos a guiones transmedia

Optimización de recursos (de cómo adaptar cada guion a las limitaciones técnicas de cada canal comunicativo, web, vídeo, 3D...).

Distribución de contenidos (jerarquización de contenidos atendiendo a las diferencias comunicativas de cada canal y de cada público objetivo).

Adecuación de la narrativa a los diferentes canales comunicativos (géneros comunicativos en las NNTT y la adecuación de contenidos a cada canal)

10.3- Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Costa Sánchez, Carmen y Piñeiro Otero, Peresa , (2014) Estrategias de Comunicación Multimedia., UOC, Barcelona,

Henry Jenkins, (2015) Cultura transmedia, Gedisa, Barcelona,

11. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:

La asignatura incluye las siguientes cuatro metodologías docentes:

Metodología	Competencia relacionada	Horas presenciales	Horas de trabajo	Total de horas
Clases teóricas	CT04, CG02	13	0	13
Clases prácticas (grupo pequeño)	CE02, CG02, CG03	13	30	43
Tutorías	CG03	15	0	15
Realización de trabajos	CE02, CG03	15	64	79
Total		56	94	150

12. Sistemas de evaluación:

La evaluación será continua atendiendo al Reglamento de evaluación de la Universidad de Burgos aprobado en su modificación en Consejo de Gobierno 13/02/2013. A tal efecto se presentan dos opciones de evaluación: Modelo normal y Modelo excepcional.

Modelo normal: el sistema de evaluación se compone de tres pruebas evaluables: realización de dos casos prácticos sobre temáticas fundamentales de la asignatura: análisis de un ejemplo actual de transmisión de contenidos transmedia o de videojuegos, creación de un ejemplo de transmisión de contenidos transmedia o de videojuego y, como tercera prueba evaluable, la defensa de los trabajos anteriores en clase. No hay requisitos específicos para cada una de estas pruebas. Todas las pruebas no superadas en la primera convocatoria podrán recuperarse en la segunda convocatoria.



Alumnado de Intercambio: El profesor/a podrá flexibilizar el sistema de evaluación para el alumnado de intercambio, con el fin de atender a las circunstancias excepcionales que pudieran presentarse.

Convocatoria Extraordinaria de Fin de Estudios de Máster: Modelo normal: el sistema de evaluación se compone de tres pruebas evaluables: realización de dos casos prácticos sobre temáticas fundamentales de la asignatura: análisis de un ejemplo actual de transmisión de contenidos transmedia o de videojuegos, creación de un ejemplo de transmisión de contenidos transmedia o de videojuego y, como tercera prueba evaluable, la defensa de los trabajos anteriores en clase.

Procedimiento	Peso
Análisis de un ejemplo actual de transmisión de contenidos transmedia o de videojuegos	40 %
Creación de un ejemplo de transmisión de contenidos transmedia o de videojuegos	40 %
Defensa de los trabajos	20 %
Total	100 %

Evaluación excepcional:

Atendiendo a lo recogido en el artículo 9 del Reglamento de Evaluación en su punto 9.1, los estudiantes que, por razones excepcionales, no puedan seguir los procedimientos habituales de evaluación continua deberán solicitar por escrito al Decano o Director de Centro acogerse a una «evaluación excepcional». Dicho escrito con las razones que justifiquen la imposibilidad de seguir la evaluación continua deberá presentarse antes del inicio del semestre lectivo o durante las dos primeras semanas de impartición de la asignatura. En caso de que la condición de excepcionalidad le sea admitida, el alumno deberá realizar todas las actividades prácticas previstas que no requieran asistencia, así como las que se determinen en sustitución de las actividades presenciales y la evaluación continua. Esta forma de evaluación implica los mismos requisitos que el modelo normal con la salvedad de la presencialidad.

13. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

Los recogidos en la web del Máster:
<http://www.ubu.es/master-universitario-en-comunicacion-y-desarrollo-multimedia>

14. Calendarios y horarios:

Los recogidos en la web del Máster:
<http://www.ubu.es/master-universitario-en-comunicacion-y-desarrollo-multimedia>