

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA  UNIDAD ACADÉMICA: FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS PROGRAMA ANALÍTICO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE: NARRATIVA MULTIMEDIA M.A.N. Alejandro Chávez Ramírez	DES:	Educación y Cultura
	Programa académico	Periodismo
	Tipo de materia (Obli/Opta):	Obligatoria
	Clave de la materia:	PE703-24
	Semestre:	Septimo
	Área en plan de estudios:	Profesional
	Total de horas por semana:	3 horas
	<i>Teoría: Presencial o Virtual</i>	35 horas
	<i>Laboratorio o Taller:</i>	
	<i>Prácticas:</i>	
	<i>Trabajo extra-clase:</i>	13 horas
	Créditos Totales:	
	Total de horas semestre (x sem):	48 horas
	<i>Fecha de actualización:</i>	31/10/2024
	<i>Prerrequisito (s):</i>	Ninguna

DESCRIPCIÓN:

En esta materia, los estudiantes explorarán cómo contar historias de manera efectiva utilizando una variedad de medios, incluidos texto, imágenes, audio y video. Aprenderán a crear contenido multimedia atractivo y a adaptar su narrativa a diferentes plataformas.

COMPETENCIAS PARA DESARROLLAR:

BÁSICAS

B4. Transformación Digital

B4. Transforma la cultura digital en la sociedad, en las organizaciones e instituciones educativas para aprovechar al máximo el potencial de las tecnologías y herramientas digitales, con responsabilidad y ética solidaria

PROFESIONALES

PEC2. Investigación en Educación, Artes y Humanidades

PEC2. Demuestra capacidad para investigar de forma interdisciplinaria fenómenos educativos, artísticos y humanísticos mediante metodologías cuantitativas, cualitativas y mixtas.

DOMINIOS (Se toman de las competencias)	OBJETOS DE ESTUDIO (Contenidos necesarios para desarrollar cada uno de los dominios)	RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Se plantean de los dominios y contenidos)	METODOLOGÍA (Estrategias, secuencias, recursos didácticos)	EVIDENCIAS (Productos tangibles que permiten valorar los resultados de aprendizaje)
B4.1. 1. Desarrolla habilidades digitales de forma crítica que impacten positivamente en la vida cotidiana y en las organizaciones e instituciones para la comunicación efectiva en entornos digitales. B4.3. Aplica de forma ética diferentes herramientas digitales que favorezcan el trabajo colaborativo e interprofesional, considerando las principales innovaciones científicas y tecnológicas, relacionadas con la profesión. B4.9. Se mantiene actualizado en las tendencias y herramientas digitales.	Objeto de Estudio 1. I El significado de Narrativa Multimedia 1.1 Las diferentes narrativas multimedia y transmedia. 1.2 Teorías y enfoques metodológicos de las narrativas multimedia y transmedia.	Identifica Las diferentes narrativas multimedia y transmedia. Identifica las teorías y enfoques metodológicos relacionados con el concepto de las narrativas multimedia y transmedia a las prácticas de la asignatura	Búsqueda y análisis de información	Resumen
	Objeto de estudio 2. 2.1 Producciones de narrativas multimedia y transmedia. 2.2 Podcast.	Produce Productos periodísticos en diferentes narrativas multimedia. Crea Un podcast	Tareas individuales	Podcast
	Objeto de estudio 3. 3.1 Edición de un vídeo con diferentes herramientas digitales. 3.2 Herramientas digitales para diseñar una producción	Emplea Diferentes herramientas digitales para la edición de video.		Exámenes escritos

PEC2.1. Conoce y distingue diversas corrientes del pensamiento, referentes a su área.	multimedia y transmedia.		Análisis y discusión en grupos	Realización de audios y videos
	Objeto de estudio 4. 4.1 Producción multimedia y transmedia en una plataforma web. 4.2 producción multimedia en redes sociales y aplicaciones de mensajería móvil.	Emplea Diferentes herramientas digitales para la creación de una plataforma web. Emplea Diferentes herramientas digitales para la producción de contenidos para redes sociales y mensajería móvil.	Proyectos	

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios, ponderación e instrumentos)
ÁLVAREZ-PERALTA, M. (2014). Multimedia Storytelling: arte y técnica de la narración transmediática. Málaga: Universidad Internacional de Andalucía. BERNAL TRIVIÑO, A.I. (2014). Herramientas digitales para periodistas. Barcelona: Editorial UOC. BRADSHAW, P. (2018). The Online Journalism Handbook. Oxon: Routledge.	Tareas de análisis participación: 20%; Reconocimientos parciales: Examen escrito: 40% Exhibición y exposición: 40% Criterios: 1. Los alumnos realizarán una lectura del material, previa a la clase, para comentar su contenido y realizar actividades de aplicación de clase. 2. Dentro de cada actividad se establecerá una fecha límite para su entrega.

COBO, S. (2012). Internet para periodistas. Barcelona: Editorial UOC.

COSTA SÁNCHEZ, C. y PIÑEIRO OTERO, T. (2013). Estrategias de comunicación multimedia. Barcelona: Editorial UOC.

ELORDUI, A. y ARANA, E. (koord.) (2015). Transmedia Komunikazio Estrategiak. Gaurkotasun-edukiak diseinatzeko eta hedatzeko bide berriak. Bilbo: UEU Udako Euskal Unibertsitatea.

FRANCO, M. y PELLICER, M. (2014). Optimismo para periodistas. Claves para entender los nuevos medios de comunicación en la era digital. Barcelona: Editorial UOC.

GARRAND, T. (2008). Escribir para multimedia y la Web. Andoain: Antza..

GÓMEZ MORALES, F. (2010). El pequeño libro de las redes sociales. Barcelona: Medialive Content, S.L.

LÓPEZ-MERI, A.; CASERO-RIPOLLÉS, A. (2017). “Las estrategias de los periodistas para la construcción de la marca personal en Twitter: posicionamiento, curación de contenidos, personalización y especialización”. Revista Mediterránea de Comunicación 8 (2).

MARAURI-CASTILLO, I.; CANTALAPIEDRA-GONZÁLEZ, M.J.; ÁLVAREZ-FERNÁNDEZ, C. (2018). “Blog y Twitter, la combinación perfecta del comunicador digital: los casos de Escolar.net, El

3. Comentarán las aportaciones de los compañeros del grupo.

comidista y Mi mesa cojea”. El profesional de la información 27 (2).

MESO AYERDI, K.; DÍAZ NOCI, J., I.; LARRAÑAGA ZUBIZARRETA,, J.; LARRONDO URETA, A. (coord.) (2011). Euskal Herriko kazetari digitalen lanbide jarrerak eta lan-egoera. Bilbao: Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea.

MESO AYERDI, K.; AGIRREAZKUENAGA ONAINDIA, I.; LARRONDO URETA, A. (coord.) (2015). Active audiences and journalism. Analysis of the quality and regulation of the user generated contents. Bilbao: Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea.

ORIHUELA, J. L. (2011). 80 claves sobre el futuro del periodismo. Madrid: Anaya.

PEÑA FERNÁNDEZ, S.; LAZKANO ARRILLADA, I.; LARRONDO URETA, A.; AGIRREAZKUENAGA ONAINDIA, I.; PÉREZ DASILVA, J.; MESO AYERDI, K.; MENDIGUREN GALDOSPIN, T.; RIVERO SANTAMARINA, D. (2018). Innovation in Communication. Engaging Citizens in Media Discourse. Bilbao: Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea.

PORTO, D. y FLORES, J. (2012). Periodismo transmedia. Madrid: Fragua.

PRATTEN, R. (2011). Getting started in Transmedia Storytelling. A Practical Guide for Beginners. San Bernardino: Robert Pratten.

RICH, C. (2015). Writing and Reporting News: A Coaching Method (8th. ed.). Belmont, California: Thomson-Wadsworth. SCOLARI, C. A. (2013). Narrativas transmedia. Barcelona: Deusto. SCOLARI, C. A. (2014). "Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital". Anuario AC/E de cultura digital 2014. SCOLARI, C. A. y ESTABLÉS, M.J. (2017). "El ministerio transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas". Palabra Clave 20 (4). TASCÓN, M. (2012). Escribir en internet. Fundación del Español Urgente. Madrid: Galaxia Gutenberg. ZABALETA URKIOLA, I. y ZALAKAIN GARAIKOETXEA, J. M. (2004). Irrati eta telebistako informazioaren teoria eta teknika. Bilbao: Udako Euskal Unibertsitatea (UEU).	
---	--

CRONOGRAMA

Objetos de estudio	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Obj Estudio 1	x	x	x	X												
Obj Estudio 2					x	x	x	X								
Obj Estudio 3									x	x	x	X				
Obj Estudio 4													x	x	x	x