


<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA</p>  <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA</p> <p style="text-align: center;">FILOSOFÍA Y LETRAS</p> <p>PROGRAMA DEL CURSO: Producción multimedia</p>	DES:	Educación y Cultura
	Programa(s) Educativo(s):	Licenciatura en Periodismo
	Tipo de materia (Obli/Opta):	Obligatoria
	Clave de la materia:	PE705
	Semestre:	Séptimo
	Área en plan de estudios (B, P, E):	
	Créditos	
	Total de horas por semana:	3
	<i>Teoría: Presencial o Virtual</i>	12
	<i>Laboratorio o Taller:</i>	
	<i>Prácticas:</i>	18
	<i>Trabajo extra-clase:</i>	8
	Créditos Totales:	
	Total de horas semestre (x 16 sem):	48
	Fecha de actualización:	Enero de 2017
Prerrequisito (s):	PE305 - TECNOLOGIAS DIGITALES PE505 - PERIODISMO DIGITAL	

Propósito del curso :

Se pretende fomentar la creatividad en lo relativo a la generación de contenidos multimedia para el entorno virtual.

Dominar las técnicas de trabajo de la producción en distintos formatos audiovisuales teniendo presente las nuevas plataformas tecnológicas.

Conseguir que el alumno explore las posibilidades expresivas, estéticas y comunicativas del lenguaje audiovisual utilizando herramientas interactivas, analizando y produciendo discursos audiovisuales dentro de las plataformas multimedia.

Se pretende que el alumno adquiera y desarrolle las destrezas necesarias para diseñar productos multimedia.

COMPETENCIAS (Tipo y nombre de las competencias)	DOMINIOS COGNITIVOS (Objetos de aprendizaje, temas y subtemas)	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
Comunicación (básica). Trabajo en equipo (básica). Teóricas metodológicas de la disciplina. Análisis de contenido de la información (específica)	1. El concepto de transmedia en el universo multimedia: origen, casos y definición.	ELABORACIÓN GRUPAL de un producto multimedia cada dos semanas sobre temas

	<p>Identificar los elementos que integran un producto multimedia y su forma de uso.</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Características. b. Funciones. c. Ventajas. d. Limitaciones. 	<p>previamente acordados. (50%)</p> <p>PRESENTACIÓN GRUPAL de un tema del objeto de aprendizaje. (50%)</p>
<p>Comunicación (básica). Trabajo en equipo (básica). Teóricas metodológicas de la disciplina. Análisis de contenido de la información (específica)</p>	<p>2. El proyecto transmedia: planificación y biblia.</p> <p>Identificar los elementos que integran un producto multimedia y su forma de uso.</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Características. b. Funciones. c. Ventajas. d. Limitaciones. 	<p>ELABORACIÓN GRUPAL de un producto multimedia cada dos semanas sobre temas previamente acordados. (50%)</p> <p>PRESENTACIÓN GRUPAL de un tema del objeto de aprendizaje. (50%)</p>
<p>Comunicación (básica). Trabajo en equipo (básica). Teóricas metodológicas de la disciplina. Análisis de contenido de la información (específica)</p>	<p>3. La estructura del transmedia: convergencia y actores.</p> <p>Identificar los elementos que integran un producto multimedia y su forma de uso.</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Características. b. Funciones. c. Ventajas. d. Limitaciones. 	<p>ELABORACIÓN GRUPAL de un producto multimedia cada dos semanas sobre temas previamente acordados. (50%)</p> <p>PRESENTACIÓN GRUPAL de un tema del objeto de aprendizaje. (50%)</p>
<p>Comunicación (básica). Trabajo en equipo (básica). Teóricas metodológicas de la disciplina. Análisis de contenido de la información (específica)</p>	<p>4. Dispositivos transmedia alternativos: el periodismo y el documental.</p> <p>Identificar los elementos que integran un producto multimedia y su forma de uso.</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Características. b. Funciones. c. Ventajas. d. Limitaciones. 	<p>ELABORACIÓN GRUPAL de un producto multimedia cada dos semanas sobre temas previamente acordados. (50%)</p> <p>PRESENTACIÓN GRUPAL de un tema del objeto de aprendizaje. (50%)</p>

<p>Comunicación (básica). Trabajo en equipo (básica). Teóricas metodológicas de la disciplina. Análisis de contenido de la información (específica)</p>	<p>5. El consumo del dispositivo transmedia: el consumidor, el prosumer y el fan.</p> <p>Identificar los elementos que integran un producto multimedia y su forma de uso.</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Características. b. Funciones. c. Ventajas. d. Limitaciones. 	<p>ELABORACIÓN GRUPAL de un producto multimedia cada dos semanas sobre temas previamente acordados. (50%)</p> <p>PRESENTACIÓN GRUPAL de un tema del objeto de aprendizaje. (50%)</p>
<p>Comunicación (básica). Trabajo en equipo (básica). Teóricas metodológicas de la disciplina. Análisis de contenido de la información (específica)</p>	<p>6. Branding, merchandising y transmedia.</p> <p>Identificar los elementos que integran un producto multimedia y su forma de uso.</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Características. b. Funciones. c. Ventajas. d. Limitaciones. 	<p>ELABORACIÓN GRUPAL de un producto multimedia cada dos semanas sobre temas previamente acordados. (50%)</p> <p>PRESENTACIÓN GRUPAL de un tema del objeto de aprendizaje. (50%)</p>

OBJETO DE APRENDIZAJE	METODOLOGIA (Estrategias, secuencias, recursos didácticos)	EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE
<p>1. El concepto de transmedia en el universo multimedia: origen, casos y definición.</p>	<p>Exposición a cargo de la titular de la materia y de los alumnos, trabajo individual reflexivo.</p>	<p>ELABORACIÓN GRUPAL de un producto multimedia. (50%)</p> <p>PRESENTACIÓN GRUPAL de un tema del objeto de aprendizaje. (50%)</p>
<p>2. El proyecto transmedia: planificación y biblia.</p>	<p>Exposición a cargo de la titular de la materia y de los alumnos, trabajo individual reflexivo.</p>	<p>ELABORACIÓN GRUPAL de un producto multimedia. (50%)</p> <p>PRESENTACIÓN GRUPAL de un tema del objeto de aprendizaje. (50%)</p>

3. La estructura del transmedia: convergencia y actores.	Exposición a cargo de la titular de la materia y de los alumnos, trabajo individual reflexivo.	ELABORACIÓN GRUPAL de un producto multimedia. (50%) PRESENTACIÓN GRUPAL de un tema del objeto de aprendizaje. (50%)
4. Dispositivos transmedia alternativos: el periodismo y el documental.	Exposición a cargo de la titular de la materia y de los alumnos, trabajo individual reflexivo.	ELABORACIÓN GRUPAL de un producto multimedia. (50%) PRESENTACIÓN GRUPAL de un tema del objeto de aprendizaje. (50%)
5. El consumo del dispositivo transmedia: el consumidor, el prosumer y el fan.	Exposición a cargo de la titular de la materia y de los alumnos, trabajo individual reflexivo.	ELABORACIÓN GRUPAL de un producto multimedia. (50%) PRESENTACIÓN GRUPAL de un tema del objeto de aprendizaje. (50%)
6. Branding, merchandising y transmedia.	Exposición a cargo de la titular de la materia y de los alumnos, trabajo individual reflexivo.	ELABORACIÓN GRUPAL de un producto multimedia. (50%) PRESENTACIÓN GRUPAL de un tema del objeto de aprendizaje. (50%)

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios e instrumentos)
<p>Casado de Amezua, Eva. Fundamentos y evolución de la multimedia. Universitat Oberta de Catalunya. En: http://multimedia.uoc.edu/blogs/fem/es/produccion-multimedia-conceptos-basicos-fases-y-metodos/</p> <p>Castelo, Víctor y García, Juan Antonio. MBone: El camino hacia una Internet multimedia. En: https://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuad6-7/castelo.htm</p> <p>Guglielmone, Natali. Producciones multimediales interactivas, objetivos, construcción, diseño y estética. En:</p>	<p>Unidad 1: 10% de la calificación final con el cumplimiento de las evidencias de aprendizaje correspondientes.</p> <p>Unidad 2: 10% de la calificación final con el cumplimiento de las evidencias de</p>

<http://nataliguiglielmone.blogspot.mx/2007/09/objetivos-de-un-comunicador-multimedial.html>

Santos, Julieta y Castriciano Ariel. Producción multimedia (videos y animaciones). Serie estrategias en el aula para el modelo 1 a 1. Conectar igualdad. Argentina. ANSES. En:

<http://bibliotecadigital.educ.ar/uploads/contents/M-Multimedia0.pdf>

aprendizaje correspondientes.

Unidad 3: 20% de la calificación final con el cumplimiento de las evidencias de aprendizaje correspondientes.

Unidad 4: 20% de la calificación final con el cumplimiento de las evidencias de aprendizaje correspondientes.

Unidad 5: 20% de la calificación final con el cumplimiento de las evidencias de aprendizaje correspondientes.

Unidad 6: 20% de la calificación final con el cumplimiento de las evidencias de aprendizaje correspondientes.

Cronograma de entrega de trabajos

Unidades de aprendizaje	1	2	3	4	5	6	7	8	10	11	12	13	14	15	16
1. El concepto de transmedia en el universo multimedia: origen, casos y definición.															
2. El proyecto transmedia: planificación y biblia.															
3. La estructura del transmedia: convergencia y actores.															
4. Dispositivos transmedia alternativos: el periodismo y el documental.															

5. El consumo del dispositivo transmedia: el consumidor, el prosumer y el fan.															
6. Branding, merchandising y transmedia.															