**Ministerio de Cultura y Educación**
**Universidad Nacional de San Luis**
**Facultad de Ciencias Humanas**
**Departamento: Comunicación**
**Area: Area 7:Estrategias de Producción**

**(Programa del año 2021)**
**(Programa en trámite de aprobación)**
**(Presentado el 04/05/2021 17:29:55)**

## I - Oferta Académica

| Materia | Carrera | Plan | Año | Período |
|---|---|---|---|---|
| COMUNICACION MULTIMEDIAL | LIC. EN COMUNICACION SOCIAL | 09/07 | 2021 | 1° cuatrimestre |

## II - Equipo Docente

| Docente | Función | Cargo | Dedicación |
|---|---|---|---|
| MALDONADO, ANA SILVINA | Prof. Responsable | P.Adj Semi | 20 Hs |
| ORTIZ, GISELLA SABRINA | Responsable de Práctico | JTP Exc | 40 Hs |

## III - Características del Curso

| Credito Horario Semanal | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Teórico/Práctico** | **Teóricas** | **Prácticas de Aula** | **Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.** | **Total** |
| 2 Hs | 2 Hs | 2 Hs | Hs | 6 Hs |

| Tipificación | Periodo |
|---|---|
| A - Teoria con prácticas de aula y campo | 1º Cuatrimestre |

| Duración | | | |
|---|---|---|---|
| **Desde** | **Hasta** | **Cantidad de Semanas** | **Cantidad de Horas** |
| 06/04/2021 | 08/07/2021 | 15 | 90 |

## IV - Fundamentación

El impacto que las tecnologías digitales ha generado en los ámbitos sociales y en todas sus relaciones, implica pensar los procesos comunicativos hipermediatizados y ante ello, las formas de comunicar implican nuevos modos de planificar, gestionar y distribuir las producciones y contenidos comunicacionales.
Estos cambios tecnoculturales se traducen en innovaciones tanto desde lo teórico como en las prácticas y en la producción multimedial. Pensar este proceso desde lo cotidiano y desde lo profesional, refleja que las nuevas formas hipermediales trascienden un espacio y tiempo concreto potenciando los procesos comunicativos y las posibilidades sociales y profesionales.
Reconociendo el ecosistema digital en el que estamos insertos en donde la Web 2.0 y sus herramientas han permitido que la minoría y/o grupos sociales fuera de grandes empresas u organizaciones, tengan voz y la posibilidad de hacer visibles sus propuestas, ideas y pensamientos, es que la formación que ofrece este curso retoma conocimientos tecnológicos y comunicacionales adquiridos por los y las estudiantes en los primeros años de la carrera y ofrece nuevas herramientas para aplicarlos y llevar a cabo proyectos comunicacionales multimediales acordes a diversas necesidades y requerimientos.
Acompañamos a los y las estudiantes en el último año de la carrera brindando conocimientos teóricos y prácticos aplicados en situaciones reales.

## V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Que los y las estudiantes adquieran competencias, capacidades y habilidades para:
-Planificar, diseñar, gestionar, ejecutar y distribuir producciones comunicacionales multimediales.
-Asistir y acompañar, ante diversas necesidades, las tareas de planificación, gestión y realización de producciones comunicacionales multimediales.

-Recabar, seleccionar y organizar la información para la realización de proyectos multimediales.
-Diseñar y/o gestionar producciones mediante el uso de herramientas online de la Web 2.0 integrando diversos materiales multimediales que den respuesta a una necesidad y público concreto.

## VI - Contenidos

**Unidad 1: Planificación de proyectos comunicacionales multimediales**
Concepto de Multimedia, Hipertexto, Hipermedia. Proyecto multimedial: etapas, metodología y procedimiento. Uso social de los multimedia, análisis y ejemplificación. Demandas laborales en torno a la multimedia.
El nuevo escenario multimedia: Web 2.0. Características. Definiciones, tipologías y características de páginas web, blogs, wikis, podcasts, RSS, Cms, redes sociales, mensajería instantánea. Gestores de contenido para crear páginas web.

**Unidad 2: Diseño y gestión de proyectos comunicacionales multimediales**
Formatos para la web y herramientas online para producciones multimedia. Organización de la información digital. Diseño multimedial e hipermedial para la web (guiones). Maquetación en los nuevos medios.
La interactividad en Internet. El punto de vista del usuario. Comunicación virtual interactiva. Características de los sitios web: usabilidad, accesibilidad, navegabilidad, optimización, productividad.

**Unidad 3: Producción y distribución de proyectos comunicacionales multimediales**
Gestores de contenido para crear redes sociales y mensajería instantánea. Accesibilidad en los nuevos medios y Aspectos Jurídicos en la web.

## VII - Plan de Trabajos Prácticos

Se compone de una serie de Prácticos Evaluativos a desarrollar durante la cursada de la asignatura y que permiten avanzar en el Proyecto Integrador Final. La modalidad de evaluación (teórica o práctica) de este último, se decidirá conforme la dinámica de la cursada.

La denominación de los Prácticos es la siguiente:
-Práctico 1: "Introducción a la Multimedia. Pensar el proyecto comunicacional multimedia".
-Práctica 2: "Diseño y organización de producciones multimedia para la web".
-Práctica 3: "Selección y uso de gestores de contenidos online".
-Práctica 4: "Presentación y distribución de proyecto comunicacional multimedia para la web".

De manera transversal en la cursada, los y las estudiantes deberán participar de manera individual en el blog de la materia en torno a tópicos teóricos relacionados a cada unidad y con la finalidad de elaborar de manera colaborativa, un documento de estudio de la materia.

-Proyecto Integrador: "Proyecto comunicacional multimedia para la web con finalidad social". Cada uno de los prácticos evaluativos permite la concreción procesual del proyecto integrador.

## VIII - Regimen de Aprobación

Para aprobar la asignatura por promoción se pide que los y las estudiantes:
- Asistan al 80 % de las clases teóricas (en modalidad presencial o en modalidad virtual).
- Asistan al 80 % de las clases prácticas (en modalidad presencial) o aprueben con una nota de 7 (siete) los Prácticos evaluativos a desarrollar durante la cursada.
- Aprueben el Proyecto Integrador de la materia en su parte práctica y teórica (en la modalidad establecida desde la asignatura) con una nota mayor o igual que 7 (siete).

Para regularizar la asignatura se pide que los y las estudiantes:
- Asistan al 80 % de las clases teóricas (en modalidad presencial o en modalidad virtual).
- Asistan al 80 % de las clases prácticas (en modalidad presencial) o apruebe con una nota igual o mayor que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete) los Prácticos evaluativos a desarrollar durante la cursada.
- Aprueben el Proyecto Integrador de la materia en su parte práctica (en la modalidad establecida desde la asignatura) con una nota mayor o igual que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete).

## IX - Bibliografía Básica

**[1]** Unidad 1
**[2]** Flores Cueto, J., Bertolotti Zuñiga, C., González, F. (s/f) La web 2.0 y las herramientas de colaboración y participación. Disponible en https://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info68/web2.pdf
**[3]** Lizcano Dallos, A. (2005) Multimedia. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Disponible en https://drive.google.com/file/d/1Ohn8tDc5Oj1QqhS0vtxXJLHllDR3XuzF/view?usp=sharing
**[4]** López Ortega, E. (2009) Uso de las herramientas de la Web 2.0 en la empresa: situación actual y tendencias. Universidad Autónoma de Madrid. Disponible en http://arantxa.ii.uam.es/~jms/pfcsteleco/lecturas/20091105ElenaLopez.pdf
**[5]** Ojeda Linares, N. (2012) Introducción a la multimedia. ISBN 978-607-733-138-4. Disponible en http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/disenio_y_edicion_digital/Introduccion_a_la_multimedia.pdf
**[6]** Ruiz Rey, F. (s/f) Web 2.0, un nuevo entorno de aprendizaje en la red. Disponible en http://dim.pangea.org/revistaDIM13/Articulos/pacoruiz.pdf
**[7]** Tascón, M. y Cabrera, M. (2012) Escribir en internet: guía para los nuevos medios y las redes sociales. Fundación del español urgente. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/261950129_Escribir_en_internet_guia_para_los_nuevos_medios_y_las_redes_sociales
**[8]** Unidad 2
**[9]** Bou Bauzá, G. (1997) Reglas fundamentales del diseño de guiones. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en https://drive.google.com/file/d/1hAqNHEWYiXb1y9rkpxoMXYZX-6cVIZ3-/view?usp=sharing
**[10]** Castro Gil, M. (s/f) Integración de medios con herramientas de autoría web y propietarias. Disponible en https://ocw.innova.uned.es/mm2/tm/contenidos/pdf/tema6/tmm_tema6_integracion_medios_digitales.pdf
**[11]** Tascón, M. y Cabrera, M. (2012) Escribir en internet: guía para los nuevos medios y las redes sociales. Fundación del español urgente. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/261950129_Escribir_en_internet_guia_para_los_nuevos_medios_y_las_redes_sociales
**[12]** Hernández Peris, B. (2014) Maquetación en los nuevos medios. Disponible en https://fdocuments.es/document/maquetacion-en-los-nuevos-medios.html
**[13]** Rosero Herrera, C. (2016) Interactividad en la comunicación virtual. Una relación compleja. Disponible en https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/2988/T.G.%20Cristian%20Fdo%20Rosero.pdf?sequence=1
**[14]** Unidad 3
**[15]** López Ortega, E. (2009) Uso de las herramientas de la Web 2.0 en la empresa: situación actual y tendencias. Universidad Autónoma de Madrid. Disponible en http://arantxa.ii.uam.es/~jms/pfcsteleco/lecturas/20091105ElenaLopez.pdf
**[16]** Tascón, M. y Cabrera, M. (2012) Escribir en internet: guía para los nuevos medios y las redes sociales. Fundación del español urgente. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/261950129_Escribir_en_internet_guia_para_los_nuevos_medios_y_las_redes_sociales
**[17]** Gascue, H. MENSAJERÍA INSTANTÁNEA (MI) COMO SUSTENTO DE GRUPOS DE PERTENENCIA BASADOS EN COMUNICACIÓN MEDIADA POR COMPUTADORA (CMC) Disponible en file:///C:/Users/silch/Downloads/1139-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4336-1-10-20110425.pdf
**[18]** Hütt Herrera, H. (2012) LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN. Reflexiones, vol. 91, núm. 2, 2012, pp. 121-128. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica. Disponible en https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf
**[19]** Blog de la materia: https://comunicacionmultimedialunsl.blogspot.com/
**[20]** Grupo de Facebook de la materia: Multimedial UNSL

## X - Bibliografia Complementaria

**[1]** Caldevilla Dominguez, D. (2010) Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. Disponible en https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/download/DCIN1010110045A/18656/
**[2]** Fernández Ruiz, M., Angós Ullate, J. y Salvador Oliván, J. (s/f) Interfaces de usuario: diseño de la visualización de la información como medio para mejorar la gestión del conocimiento y los resultados obtenidos por el usuario. Disponible en http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/1505/rodriguezinterfaces.pdf
**[3]** Tutorial Wix. (2021) Plan Integral de educación digital. Buenos Aires, Ciudad. Disponible en https://contenedor-digital.buenosaires.gob.ar/descargar/5fdd61-tutorial-wix.pdf
**[4]** Penso Romero, A. Manual para el uso de Wix. Tienda online. Disponible en

https://matesxcasa.files.wordpress.com/2018/02/manualparaelusodewix-1.pdf
**[5]** Pérez Huertas F. "Introducción a la multimedia, realización y producción de programas". I.O.R.T., Madrid, 1998
**[6]** Chuvieco Salinero, J. "Realización multimedia" Editorial PARANINFO, 2002
**[7]** Magal Royo, T., Morillas Gómez, S., Tortajada Montañana, I. "Pre-producción multimedia". Editorial ALFAOMEGA GRUPO EDITOR, 2008

## XI - Resumen de Objetivos

Lograr que los y las estudiantes puedan:
-Recabar, seleccionar y organizar la información para la realización de proyectos multimediales.
-Diseñar y/o gestionar producciones mediante el uso de herramientas online de la Web 2.0 integrando diversos materiales multimediales que den respuesta a una necesidad y público concreto.

## XII - Resumen del Programa

Unidad 1: Planificación de proyectos comunicacionales multimediales
Concepto de Multimedia, Hipertexto, Hipermedia. Proyecto multimedial: etapas, metodología y procedimiento. Uso social de los multimedia, análisis y ejemplificación. Demandas laborales en torno a la multimedia.
El nuevo escenario multimedia: Web 2.0. Características. Definiciones, tipologías y características de páginas web, blogs, wikis, podcasts, RSS, Cms, redes sociales, mensajería instantánea. Gestores de contenido para crear páginas web.

Unidad 2: Diseño y gestión de proyectos comunicacionales multimediales
Formatos para la web y herramientas online para producciones multimedia. Organización de la información digital. Diseño multimedial e hipermedial para la web (guiones). Maquetación en los nuevos medios.
La interactividad en Internet. El punto de vista del usuario. Comunicación virtual interactiva. Características de los sitios web: usabilidad, accesibilidad, navegabilidad, optimización, productividad.

Unidad 3: Producción y distribución de proyectos comunicacionales multimediales
Gestores de contenido para crear redes sociales y mensajería instantánea. Accesibilidad en los nuevos medios y Aspectos Jurídicos en la web.

## XIII - Imprevistos

A partir del día 5/4/21 la profesora Gisella Sabrina Ortiz fue designada en el cargo de Jefe de Trabajos Prácticos Exclusivo Suplente en la presente asignatura (Res. N° 039/21)

## XIV - Otros

| ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA | |
|---|---|
| | **Profesor Responsable** |
| Firma: | |
| Aclaración: | |
| Fecha: | |