



FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Producción multimedia - Multimedia Production
Código	E000006970
Título	Grado en Comunicación Internacional - Bachelor in Global Communication por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Relaciones Internacionales y Grado en Comun. Internal. - Bachelor in Global Communication [Segundo Curso] Grado en Traducción e Interpretación y Grado en Comun. Internal. - Bachelor in Global Communication [Segundo Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Básico
Departamento / Área	Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe
Descriptor	Esta asignatura pretende desarrollar la capacidad crítica para comunicar eficazmente informaciones relevantes mediante diversos formatos multimedia. Reflexión sobre la naturaleza de la producción multimedia: combinación de texto, arte gráfico, sonido, animación y vídeo, en sus distintas fases.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Paz Villanueva Núñez-Lagos
Departamento / Área	Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe
Correo electrónico	pvillanueva@comillas.edu
Profesor	
Nombre	Santiago Recio Aguilar
Departamento / Área	Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe
Correo electrónico	srecio@comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
Esta asignatura desarrollará competencias básicas de producción multimedia: conocimientos técnicos y narrativos básicos pero suficientes para poder diseñar y planificar contenidos multimedia en diferentes soportes transmedia, empleando las herramientas adecuadas. Adquisición de destrezas propias de la



transmisión de mensajes 2.0. Análisis y manejo del lenguaje propio de las modernas formas combinadas e interactivas de medios de comunicación (narración no lineal, la narrativa hipermedia o la narración interactiva). Desarrollo de los fundamentos técnicos básicos que permitan al alumno afrontar las asignaturas aplicadas de cursos más avanzados.

Prerequisitos

No existen formalmente requisitos previos.

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG01	Capacidad para pensar de forma analítica, sintética y crítica en el contexto de la comunicación internacional	
	RA1	Describe, relaciona e interpreta situaciones y planteamientos sencillos
	RA2	Selecciona los elementos más significativos y sus relaciones en textos complejos
	RA3	Identifica las carencias de información y establece relaciones con elementos externos a la situación planteada
CG02	Capacidad para aplicar a la práctica los conocimientos de la comunicación en entornos internacionales	
	RA1	Determina el alcance y la utilidad práctica de las nociones teóricas
	RA2	Identifica correctamente los conocimientos aplicables a cada situación
	RA3	Relaciona los conocimientos con las distintas aplicaciones profesionales o prácticas
	RA4	Resuelve casos prácticos que presentan una situación profesional real.
CG04	Capacidad de comunicación oral y escrita en cuatro lenguas	
	RA1	Expresa sus ideas de forma estructurada, inteligible y convincente
	RA2	Interviene ante un grupo con seguridad y soltura
	RA3	Escribe con corrección
	RA4	Presenta documentos estructurados y ordenados



CG06	Capacidad de pensar y gestionar estratégicamente en el contexto de la comunicación internacional	
	RA1	Reflexiona sobre las mejores estrategias aplicables a cada situación
	RA2	Gestiona situaciones diversas de manera dinámica e identifica los conocimientos y destrezas aplicables en cada caso
	RA3	Identifica y define adecuadamente el problema y sus posibles causas, antes de que su efecto se haga evidente
	RA4	Plantea posibles soluciones y diseña un plan de acción para su aplicación
CG07	Capacidad de aprendizaje y actualización permanente en el ámbito de la comunicación	
	RA1	Determina el alcance y la utilidad práctica de las nociones teóricas
	RA2	Relaciona los conocimientos con las distintas aplicaciones profesionales o prácticas
	RA3	Se muestra abierto e interesado por nuevas informaciones
	RA4	Cambia y adapta sus planteamientos iniciales a la luz de nuevas informaciones
	RA5	Establece relaciones y elabora síntesis propias sobre los contenidos trabajados
CG08	Habilidades de gestión de la información en un entorno de comunicación	
	RA1	Es capaz de buscar y analizar información procedente de fuentes diversas
	RA2	Dispone de diversas estrategias de búsqueda documental
CG11	Capacidad de resolución de problemas en el contexto de la comunicación internacional	
	RA1	Identifica y define adecuadamente el problema y sus posibles causas
	RA2	Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación
	RA4	Insiste en la tarea y vuelve a intentarla cuando no se obtiene el resultado esperado o aparecen obstáculos
CG14	Capacidad para aplicar las habilidades interpersonales en el entorno profesional de la comunicación	
	RA1	Utiliza el diálogo para colaborar y generar buenas relaciones



	RA2	Muestra capacidad de empatía y diálogo constructivo
	RA3	Valora el potencial del conflicto como motor de cambio e innovación
	RA4	Es capaz de despersonalizar las ideas en el marco del trabajo en grupo para orientarse a la tarea
CG20	Capacidad de compromiso ético en el desarrollo de su actividad profesional	
	RA1	Adecua su actuación a los valores propios del humanismo y la justicia.
	RA2	Muestra una conducta coherente con los valores que enseña
	RA3	Se considera a sí mismo como agente de cambio social
	RA4	Procura defender los derechos humanos ante sus compañeros
	RA5	Se preocupa por las consecuencias que su actividad y su conducta puede tener para los demás
ESPECÍFICAS		
CE11	Conoce las principales herramientas comunicativas del entorno digital y de las redes sociales para su entorno profesional	
	RA1	Conoce y maneja, a nivel de básico, las principales herramientas comunicativas al alcance del profesional de la comunicación en la era 2.0 y 3.0 para la generación y gestión de contenidos en diferentes dispositivos
	RA2	Desarrolla una visión crítica acerca de los contenidos de las modernas formas de comunicación combinadas e interactivas (multimedia) y de los nuevos soportes digitales a través de la comprensión de su lenguaje específico, así como de sus procedimientos de creación, producción y comercialización
	RA3	Comprende el funcionamiento y alcance de los recursos de comunicación digital y es capaz de elegirlos estratégicamente para diseñar y llevar a cabo un plan en base a determinados objetivos
CE12	Conoce y aplica a nivel elemental las tecnologías para gestionar los contenidos del proceso comunicativo en diferentes entornos multimedia	
	RA1	Conoce las tecnologías y sistemas que permiten generar y gestionar los contenidos escritos, audiovisuales e interactivos del proceso comunicativo en entornos multiplataforma, multiformato y multimedia
	RA2	Maneja a nivel básico habilidades de procesamiento, elaboración, administración y transmisión de los contenidos del proceso comunicativo en un entorno



		multiplataforma, multiformato y multimedia
CE14	Es capaz de establecer relaciones entre imágenes y sonidos, desde el punto de vista estético y narrativo en los diferentes soportes y tecnologías audiovisuales	
	RA1	Conoce y sabe utilizar a nivel de básico las tecnologías audiovisuales con el fin de comunicar mensajes
	RA2	Relaciona imágenes y sonido de forma creativa con el fin de comunicar
	RA3	Discrimina el valor estético y narrativo de la comunicación
	RA4	Es capaz de descodificar e interpretar mensajes audiovisuales desde el punto de vista estético y narrativo

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

1. INTRODUCCIÓN

Producción multimedia, roles en la producción multimedia, campañas de éxito multimedia.

2. IDEAS Y NARRATIVAS TRANSMEDIA

3. DISEÑO

4. DIFERENTES SOPORTES Y TECNOLOGÍAS AUDIOVISUALES

Web, video, podcast, social media.

5. GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Planificación, presupuestos, medición, análisis de casos reales.

6. CÓMO HACER UNA PRESENTACIÓN DE UN PROYECTO MULTIMEDIA

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

La asignatura Multimedia Production consta de 6 ECTS que se dividen en clases presenciales y actividades diversas no presenciales. En las horas lectivas semanales se requiere del alumno una participación activa para desarrollar desde el principio las distintas competencias de la asignatura y asegurar la comprensión de las teorías y conceptos desde de una perspectiva práctica y aplicada.

El curso se imparte además por dos profesores invitados expertos profesionales en la materia, que ofrecerán



a los alumnos una visión actual de las necesidades del mercado laboral. Los expertos invitados que imparten la materia y sus datos de contacto son:

Paz Villanueva: villanuevapaz@gmail.com

Santiago Recio: yagorecio@gmail.com

Metodología Presencial: Actividades

Ejercicios prácticos/resolución de problemas	CG01, CG02, CG04, CG06, CG11, CG20, CE11, CE14
Lecciones de carácter expositivo	CG01, CG08, CE11
Trabajos individuales/grupales	CG01, CG02, CG04, CG06, CG07, CG08, CG20, CE11, CE12, CE14
Estudio personal y documentación	CE11, CE12

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Lecciones de carácter expositivo	Ejercicios prácticos/resolución de problemas
30.00	30.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Ejercicios prácticos/resolución de problemas	Estudio personal y documentación
30.00	60.00
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
El examen constará de una parte teórica y una parte práctica.	Dominio de los conocimientos. Capacidad de relacionar conocimientos para una comprensión en conjunto.	80



<ul style="list-style-type: none"> • Parte teórica (40%) • Parte práctica (40%) 	<p>Análisis crítico.</p> <p>Espíritu creativo.</p>	~
Evaluación de ejercicios prácticos / resolución de problemas	Adecuación de los contenidos, redacción, aplicación de la teoría a la práctica	10
Asistencia y participación	La asistencia es obligatoria, no se puede faltar injustificadamente a más de un tercio de las clases. De no cumplir este requisito, el alumno perderá las convocatorias ordinaria y extraordinaria (art. 93.1 del Reglamento General).	10

Calificaciones

Convocatoria ordinaria

Examen final: 80%

Evaluación de ejercicios prácticos / resolución de problemas: 10%

Monografías grupales y presentación: 10%

ACLARACIONES IMPORTANTES sobre la evaluación

El incurrir en una falta académica grave, como es el **plagio** de materiales previamente publicados o el copiar en su examen u otra actividad evaluada, o **no respetar las normas de convivencia** básicas, puede llevar a la apertura de un expediente sancionador y la pérdida de dos convocatorias.

Para poder presentarse al examen final es requisito **no haber faltado injustificadamente a más de un tercio de las clases**. De no cumplir este requisito, el alumno perderá las convocatorias ordinaria y extraordinaria (art. 93.1 del Reglamento General). La no asistencia a la primera hora de una clase doble significa haber faltado a toda la sesión, independientemente de si el alumno asista o no a la segunda hora.

Para poder aprobar la asignatura se necesita aprobar **por separado** las distintas partes del examen final.

Alumnos que han cumplido la escolaridad / convocatorias extraordinarias

Examen teórico: 50%

Examen práctico: 50%

ACLARACIONES IMPORTANTES sobre la evaluación

El incurrir en una falta académica grave, como es el **plagio** de materiales previamente publicados o el copiar en su examen u otra actividad evaluada, o **no respetar las normas de convivencia básicas**, puede llevar a la **apertura de un expediente sancionador y la pérdida de dos convocatorias**.

Para poder aprobar la asignatura se necesita aprobar **por separado** las distintas partes del examen final.



BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Foncillas, P. (2019). *Winners. El método para ganar clientes en la era de Amazon*. Conecta.

Izuzquiza Martín, F. (2019). *El gran cuaderno del podcasting. Cómo crear, difundir y monetizar tu podcast*. España: Kailas.

Ledin, P. & Machin, D. (2018). *Doing visual analysis*. New York: Sage.

Oliver, X. Serra, E. (2013). *Marcas que sueñan*. Barcelona: Libros de Cabecera.

Salas, C. (2017). *Short Telling, la escritura mágica: Técnicas para ordenar las ideas, escribir con facilidad y hacer que te lean*. España: Mirada Mágica SRL.

Stockman, S. (2018). *Cómo hacer vídeos que valgan la pena*. España: Anaya Multimedia.

Tellado García, F. (2019). *WordPress 5. La guía completa*. España: Anaya Multimedia.

Williams, R. (2014). *The Non-Designer's Design Book*. San Francisco: Peachpit Press.

Bibliografía Complementaria

Otros materiales proporcionados por los profesores en la plataforma Moodlerroms.

Páginas Web

Cannes Lions. (n.d.). Recuperado de <https://www.canneslions.com/learn>

El Festival Iberoamericano de la comunicación publicitaria. (n.d.). Recuperado de <https://elsolfestival.com/>

Premios eficacia 2019. (2019). XXI Edición Premios a la eficacia en comunicación comercial. Recuperado de <https://www.premioseficacia.com/>

Otra bibliografía complementaria

Bernardo, Nuno (2013) *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. Postmillennial Pop.

Bettelheim, B. (1991). *The Uses of Enchantment*. Penguin.

Bilton, N. (2014). *La verdadera historia de Twitter*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Bowen, C., y Thompson, R. (2013). *Grammar of the Edit*. Focal Press.

Bruhn Jensen, K. B. (2012). *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*. Routledge.

Fernández - Barero, A. (2017). *Escribir con estética visual, diseñar con contenido*. Fragua.



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

**GUÍA DOCENTE
2020 - 2021**

- González, P. (2018). *Instagram, mucho más que fotos*. España: Anaya Multimedia.
- Gunther Kress, R. G. , y van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Hsien-Che Lee, H-S (2011). *Introduction to Color Imaging Science*. Cambridge University Press.
- Hullfish, S. (2012). *The Art and Technique of Digital Color Correction*. Focal Press.
- Lázaro, M. (2019). *Community manager. La guía definitiva*. España, Anaya Multimedia.
- Martín Blanco, V. (2015). *Social media: herramientas de gestión para el Community manager*. Madrid: Fund. Confemetal.
- Mercado, G. (2010). *The Filmmaker's Eye: Learning (and Breaking) the Rules of Cinematic Composition*. Focal Press.
- Moreno, M. (2014). *El gran libro del community manager: técnicas y herramientas para sacarle partido a las redes sociales y triunfar en social media*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Pardo, A. (2014). *Fundamentos de producción y gestión de proyectos audiovisuales*. Navarra: Eunsa.
- Pérez - Latre, F. (2011). *La publicidad y los medios*. Navarra: Eunsa.
- Regidor, D. (2018). *Crear una Web en WordPress: Todo lo que debes saber para crear tu propia Web en WordPress*. España: Editaum.
- Scoppettuolo, D. (2018). *Guía definitiva de Davinci Resolve 15*. Canadá: Black Magic Design.
- Scott, C. (1999). *Spoken Image*. Reaktion Books.
- Tan, E. S. (2011). *Emotion and the Structure of Narrative Film: Film As An Emotion Machine*. Routledge Communication Series.
- Tufte, E. R. (2009). *The Visual Display of Quantitative Information*. Graphics Press.
- Van Leeuwen, T. (Editor), Jewitt, C. (Editor) (2001). *The Handbook of Visual Analysis*. SAGE.

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos [que ha aceptado en su matrícula](#) entrando en esta web y pulsando "descargar"

[https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)