

## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

<b>ASIGNATURA:</b> Producción y Gestión de Nuevos Formatos Audiovisuales
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b> Grado en Comunicación Audiovisual (PGR-COMUNICA)
<b>GRUPO:</b> 2324-T1
<b>CENTRO:</b> Facultad de Ciencias Sociales
<b>CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:</b> Optativo
<b>ECTS:</b> 6,0
<b>CURSO:</b> 4º
<b>SEMESTRE:</b> 1º Semestre
<b>IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:</b> Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

## DATOS DEL PROFESOR

<b>NOMBRE Y APELLIDOS:</b> JOSÉ LUIS CARREÑO VILLADA
<b>EMAIL:</b> <a href="mailto:jlcarreno@uemc.es">jlcarreno@uemc.es</a>
<b>TELÉFONO:</b> 983 00 10 00
<b>HORARIO DE TUTORÍAS:</b> Martes a las 20:00 horas
<b>CV DOCENTE:</b> <p>Profesor de la Universidad Europea Miguel de Cervantes. Técnico Superior en la producción de radio, televisión y espectáculos; Diplomado en Magisterio en la rama de Educación Primaria, Licenciado en Comunicación Audiovisual, con un Máster en la investigación de medios de comunicación como agente social e histórico y Doctor en Lengua, Literatura y Comunicación.</p> <p>Con más de 6 años de experiencia en el entorno televisivo y cinematográfico y 11 años dedicado en la producción de espectáculos y eventos culturales.</p> <p>Docente vinculado al área de Comunicación Audiovisual. Doctor especializado en análisis de narrativas transmedia, arquitectura digital y convergencia mediática. Las asignaturas que ha impartido el docente a lo largo de su etapa en la UEMC han estado vinculadas a terrenos creativos y otras asignaturas de carácter más técnico destacando áreas como la producción audiovisual, el guion de cine y televisión o aquellas de tienen más importancia los entornos tecnológicos analógicos y digitales.</p>
<b>CV PROFESIONAL:</b> <p>Durante años sujeto al mundo de la televisión en televisión y producción local tanto en funciones de redacción como de operador de cámara. El docente ha participado en diferentes cortometrajes subvencionados por la Junta de Castilla y León y en los últimos años ha ganado junto a otros docentes de la UEMC un reconocimiento en el Festival Internacional de Arquitectura y Cine con el micrometraje "In memoriam" y el Premio Periodismo Provincia de Valladolid.</p> <p>El docente ha participado en varios largometrajes y ha trabajado, como ayudante de sonido, durante 2 años para la empresa de sonido MEG en el Auditorio Miguel Delibes.</p> <p>Además el docente está ligado a la escena cultural de la ciudad con movimientos vinculados a la música en directo en la ciudad de Valladolid ganando dos premios por su gestión dentro del ámbito cultural.</p>
<b>CV INVESTIGACIÓN:</b> <p>Actualmente el docente se encuentra preparando su Tesis Doctoral que versa sobre las narrativas digitales. Ha participado en varios congresos en los últimos años hablando sobre los espacios digitales y la convergencia de este tipo de espacios.</p> <p>Villada, J. L. C. (2015). Desarrollo de competencias a través de los nuevos formatos audiovisuales: caso práctico</p>

sinlida webserie. In *FECIES 2015* (pp. 546-551). Asociación Española de Psicología Conductual AEPC.

Villada, J. L. C. (2016). Periodismo cooperativo: Huffington Post. In *Retos del periodismo para el ejercicio responsable y libre de la profesión: Actas de las comunicaciones presentadas en el congreso Universidad Camilo José Cela* (pp. 354-371). Sociedad Española de Periodística

Monsalvo, M. Á. D., Villada, J. L. C., & Vidales, N. L. (2019). Valoración de las competencias más demandadas por los profesionales radiofónicos de Castilla y León en relación con su desarrollo en las emisoras universitarias de esta Comunidad Autónoma. In *Contenidos audiovisuales, narrativas y alfabetización mediática* (pp. 355-366). McGraw-Hill Interamericana de España.

Iglesias, M. L., & Villada, J. L. C. (2017). Apuntes sobre el cine inmersivo grabado en 360° y sus aportes al espectáculo cinematográfico. In *Nuevas tecnologías audiovisuales para nuevas narrativas interactivas digitales en la era multidispositivo* (pp. 77-86). McGraw-Hill.

Carreño Villada, J. L., & Díaz Monsalvo, M. Á. (2019). Tiempo Muerto, estudio de caso de un proyecto transmediático para la consecución de competencias universitarias. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 46, 66-91.

Carreño Villada, J. L. (2016). Narrativas transmedia en la era de la sociedad móvil. Carlos, Rey Emperador.

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

En esta asignatura analizaremos y pondremos de relieve las nuevas tendencias del mercado audiovisual, estudiando desde los formatos clásicos hasta su convergencia en el panorama digital. Estudiaremos la producción audiovisual e intentaremos encontrar la conexión entre esta y la rentabilidad de los formatos, el público objetivo y la búsqueda de nuevos formatos de futuro. El desarrollo de esta asignatura necesita de las destrezas previas del alumno en cuanto a:

- Conocer y dominar el lenguaje audiovisual y sus herramientas.
- Manejar los motores de búsqueda en la blogosfera y el entorno 2.0.
- Entender los mecanismos de la producción digital.
- Usar con propiedad la terminología referida al guion audiovisual.

Esta asignatura se encuentra dentro de la Materia 7 (Producción y gestión audiovisual) y se imparte en el 1er semestre de 4º Grado de Comunicación Audiovisual. Producción y Gestión de Nuevos Formatos Audiovisuales está entroncada junto con Producción Audiovisual, Marketing en Internet y Prácticas en Empresa ya que el valor de esta asignatura radica en potenciar la capacidad del alumno para enfrentarse al mundo laboral, desarrollando su visión analítica con el fin de saber distinguir y elaborar fórmulas de éxito dentro de los nuevos formatos audiovisuales.

En cuanto al ámbito profesional no podemos obviar que Internet y todo el entorno 2.0 ofrece un gran número de salidas profesionales para el comunicador audiovisual. El entorno cibercultural necesita de nuevos profesionales, profesionales mejor preparados que entiendan que los nuevos soportes y los nuevos formatos son parte del futuro del comunicador audiovisual. Los medios de comunicación, las empresas de marketing y publicidad y otras empresas del sector, están ávidas por desarrollar nuevas fórmulas para hacer llegar sus productos y aunque aún no existe un marco teórico concreto, muchos son los que apuestan en estos momentos por los nuevos formatos y los nuevos canales de distribución.

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

#### 1. Introducción

1. Tema 1- Conocimiento de la producción audiovisual. Modelos de producción básica. : En este tema el alumno repasará los conocimientos relacionados con la producción audiovisual y afrontará nuevos retos como la implección audiovisual a través de las Narrativas Transmedia

## 2. Desarrollo de nuevos formatos

1. Tema 2- Una nueva realidad, un nuevo modelo de negocio. : En este tema se abordaran temas como el estudio de medios digitales y nuevas formas de comunicación a través del espacio cibercultural.
3. **La producción científica para el estudio de nuevos medios** : Análisis de textos científicos vinculados a los new media.
  1. Tema 3- Estrategias digitales en medios de comunicación. : En este tema abordaremos los nuevos sistemas de comunicación a través de textos de producción científica de cara a la preparación de TFGs y poder observar otros campos de la Comunicación Audiovisual

### OBSERVACIONES CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

**Tema 1- Conocimiento de la producción audiovisual. Modelos de producción básica. (Centrándonos en los nuevos formatos e incluso realizando previsiones de futuro sobre la dirección de los nuevos formatos.)**

- El proceso de producción.
- Recursos de gestión de un proyecto audiovisual.
- El ámbito transmedia como nuevo paradigma audiovisual.

**Tema 2- Una nueva realidad, un nuevo modelo de negocio.**

- “El Modelo Margarita” una propuesta de creación de contenido digital.
- Nuevas plataformas, nuevos negocios.
- Comunicación y cibercultura.
- El marco de las redes sociales
- El videoclip y sus subgénero
- Economía política de las hipermediaciones.

**Tema 3- Estrategias digitales en medios de comunicación.**

- Innovación en emprendimientos periodísticos y de comunicación frente a las nuevas tendencias digitales.
- Los empleados como produmidores
- Internet y emociones
- Revolución colaborativa

### RECURSOS DE APRENDIZAJE:

- Clase ordinaria
- Visionado de diferentes webs.
- Exposición de diversos formatos audiovisuales desde los más clásicos a los más modernos centrándonos en los últimos en los aspectos de aquellos productos de interés dentro del mercado digital.
- Uso del material pertinente para la creación y elaboración de contenido audiovisual. (Material videográfico, de iluminación, de grabación de sonido directo...)

## COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

### COMPETENCIAS BÁSICAS:

- CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
- CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole

social, científica o ética

- CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
- CB5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

#### COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG03. Capacidad de liderazgo, iniciativa y espíritu emprendedor
- CG04. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones
- CG05. Capacidad para desarrollar el pensamiento creativo
- CG06. Capacidad para adaptarse al entorno y a nuevas situaciones
- CG09. Capacidad para comunicar imágenes, ideas o símbolos
- CG10. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica

#### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE49. Capacidad para conocer y aplicar las técnicas y procesos de producción, difusión, distribución o exhibición audiovisual (cine, televisión, radio, publicidad, hipermedia, videojuego, animación, infografía, música, fotografía o narración gráfica)
- CE50. Capacidad y habilidad para planificar y gestionar los recursos humanos, técnicos y presupuestarios aplicados a los distintos medios, soportes o formatos audiovisuales
- CE51. Capacidad para desarrollar y ejercer las distintas funciones profesionales de la producción audiovisual

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Analizar los distintos aspectos que engloba la gestión comercial en Internet, así como la utilización de las distintas herramientas estratégicas y operativas de marketing para la elaboración de un plan de actuación en mercados electrónicos.
- Producir la organización de cualquier tipo de evento cultural.
- Conocer las nuevas técnicas y procesos audiovisuales.
- Realizar, conocer y poner en práctica la habilidad para planificar y gestionar recursos humanos, técnicos y presupuestarios.
- Distinguir las peculiaridades de cada uno de los sectores del audiovisual desde el punto de vista de la producción y su conexión con el contexto socio-económico.
- Conocer las distintas fases en el proceso de producción audiovisual.
- Identificar las funciones de cada uno de los integrantes del equipo de una producción audiovisual y comparar los roles teóricos con la realidad práctica.
- Conocer y aplicar las rutinas de trabajo estandarizadas en la creación de un producto audiovisual, tales como el desglose de secuencias, plan de trabajo, etc.
- Elaborar el presupuesto en una producción audiovisual.

#### BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

##### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Camuns, J. C. (2009): Tienes 5 segundos. Licencia Creative Commons. ISBN: No consta
- Carrillo Durán, V.; Castillo Díaz, A ( 2005.): La Nueva Publicidad Digital (NPD): Servicios Digitales y Contenidos Interactivos que Generen Experiencias en los Consumidores.. Razón y Palabra (Monterrey), vol. 10, núm. 45,. ISBN: No consta
- Genette, G. (1989): Palimpsestos. La literatura en segundo grado. . Taurus. ISBN: 9788430621958
- Gordillo, I (2009): La hipertelevisión: géneros y formatos.. CIESPAL. ISBN: 978-9978-55-071-7
- Islas, O (2008): Marshall McLuhan y la complejidad digital. . Razón y palabra, 63. ISBN:

- <http://www.razonypalabra.org.mx/n63/varia/oislas.html>
- Jenkins, H. (2003): Transmedia Storytelling. Blog. ISBN: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>
  - Jenkins, H., Ford, S. & Green, J. (2006): Cultura transmedia. . Gedisa. ISBN: 9788497848442
  - Jenkins, H. (2008): Cultura de la convergencia.. Paidós.. ISBN: 9788449321535
  - Kindem, Gorham (2007): Manual de producción audiovisual digital.. Omega. ISBN: 9788428214339
  - López N. (2008): Medios de comunicación, tecnología y entretenimiento: Un futuro conectado.. Editorial Laertes.. ISBN: 9788475846279
  - Mayor, F. (2012): Transmedia Storytelling desde la ficción televisiva española: El caso de Antena 3. . Comunicació, revista de recerca i d'anàlisi, 29, pp. 69-85.. ISBN: No consta
  - Mier, C., & Porto-Renó, D (2009): Blogosfera y YouTube como espacios para la exhibición de productos audiovisuales interactivos.. Palabra Clave, 12, 207-214.. ISBN: No consta
  - Musburger, R.B (1994): Producción en vídeo con una cámara.. IORTV. ISBN: 9788488788016
  - Pérez Silva, J. (2000): La televisión ha muerto: la nueva producción audiovisual en la era de Internet: la tercera revolución industrial. . Gedisa. ISBN: 9788474328127
  - Piñeiro otero, T. y Costa Sánchez, C (2013): De series españolas de éxito a producciones audiovisuales transmediáticas. Análisis de Águila Roja, El Barco y Amar en tiempos revueltos. doi: 10.5209/rev\_ESMP.2013.v19.42175. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 19 (especial abril), pp. 925-934.. ISBN: doi: 10.5209/rev\_ESMP.2013.v19.42175
  - Seseña, A (2011): Contenido audiovisual y cibercultura.. Sociedad Latina de Comunicación Social (Tenerife). Cuadernos Artesanales de Latina/20. ISBN: No consta
  - Scolari, C (2008): Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una configuración del dispositivo televisivo.. Revista Diálogos de la Comunicación. Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social nº 77. . ISBN: No consta
  - Saló, G. (2003): ¿Qué es eso del formato?. Editorial Gedisa.. ISBN: 9788474329544

#### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Crespo Fajardo, J. L. ( 2011): Estudios sobre arte y comunicación social. . Sociedad Latina de Comunicación Social (Tenerife). Cuadernos Artesanales de Latina/20. ISBN: No consta
- Guerrero, M. (2014): Webs televisivas y sus usuarios: un lugar para la narrativa transmedia. Los casos de "Águila Roja" y "Juego de Tronos" en España. . Nueva época, enero-junio (21), pp. 239-267.. ISBN: No consta
- Jenkins, H. (2009): The Revenge of Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling. . Blog. ISBN: [http://henryjenkins.org/2009/12/revenge\\_of\\_the\\_origami\\_unicorn.html](http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html)
- Jenkins, H. (2009): The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Story-telling (Well, Two actually. Five More on Friday).. Blog. ISBN: [http://henryjenkins.org/2009/12/the\\_revenge\\_of\\_the\\_origami\\_uni.htm](http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.htm)
- López Vidales, N. y Gómez Rubio, L. (2014): Nuevos hábitos de los jóvenes españoles y tendencias de futuro en el consumo de radio y televisión. . Historia y Comunicación Social, 19, N.º Especial Febrero, pp. 327-340.. ISBN: No consta
- Long, G. (2007): Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company.. Kenyon College, 2000. ISBN: <https://cmsw.mit.edu/transmedia-storytelling-jim-henson-company/>
- Santiago, F. y González, I. (2015): Nuevos tiempos y nuevos usos del tiempo libre en torno al consumo audiovisual. . 31º Seminario TV Aedemo, Sevilla. ISBN: <http://www.aimc.es/Fernando-Santiago-Ignacio-Gonzalez,1550.html>
- Scolari, C. (2009): Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. . International Journal of Communication, 3, pp. 586-606.. ISBN: No consta
- Rodríguez, R. y Tur Viñes, V. (coords.) (2015): Narraciones sin fronteras. Transmedia storytelling en la ficción, la información, el documental y el activismo social y político. . Cuadernos artesanos de comunicación, Nº 81.. ISBN: No consta

#### WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal](http://www.redalyc.org/)(<http://www.redalyc.org/>)



Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

El Portal de la Comunicación del Instituto de la Comunicación de la UAB (InCom-UAB), inaugurado en marzo de 2001, ofrece información y documentación especializada en los diferentes ámbitos de la comunicación, orientada a los investigadores, estudiantes y profesionales de la Comunicación, prioritariamente de América Latina y España. (<http://www.portalcomunicacion.com/>)

El Portal de la Comunicación del Instituto de la Comunicación de la UAB (InCom-UAB), inaugurado en marzo de 2001, ofrece información y documentación especializada en los diferentes ámbitos de la comunicación, orientada a los investigadores, estudiantes y profesionales de la Comunicación, prioritariamente de América Latina y España.

Blog sobre la situación actual de los medios de comunicación. Punto de encuentro para hablar sobre medios online: iniciativas, innovación, ideas y novedades. (<http://233grados.lainformacion.com/>)

Blog sobre la situación actual de los medios de comunicación. Punto de encuentro para hablar sobre medios online: iniciativas, innovación, ideas y novedades.

Portal digital sobre nuevas tecnologías y tendencias en audiovisual, broadcast, cine y new media. (<http://www.panoramaaudiovisual.com/>)

Portal digital sobre nuevas tecnologías y tendencias en audiovisual, broadcast, cine y new media.

Apuntes sobre cultura digital por J. L. Orihuela (<https://www.ecuademo.com/>)

Apuntes sobre cultura digital por J. L. Orihuela

Laboratorio de Innovación de RTVE, que ofrece enfoques creativos a soluciones audiovisuales. (<http://www.rtve.es/lab/>)

Laboratorio de Innovación de RTVE, que ofrece enfoques creativos a soluciones audiovisuales.

## PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

### METODOLOGÍAS:

#### MÉTODO DIDÁCTICO:

La metodología en esta asignatura se dividirá en sesiones teóricas y prácticas, las sesiones teóricas, denominadas también clases magistrales, serán de exposición oral por parte del profesor siendo acompañadas con presentaciones en powerpoint y contenido audiovisual. En estas se explicarán aspectos como las nuevas tendencias de la comunicación en torno a la ficción, la no ficción y la publicidad.

#### MÉTODO DIALÉCTICO:

En las sesiones prácticas se trabajará en torno a talleres y seminarios donde se pondrán de manifiesto las diferentes etapas y procesos por los que hay que pasar para una creación audiovisual dentro del ámbito digital, aspectos como la producción de biblias transmedia o la creación de recursos digitales dentro de la producción colaborativa. En los seminarios se leerán y analizarán diferentes textos científicos sobre nuevos formatos y soportes buscando que el alumno sea capaz de analizar y poner en relación nuevos modelos de negocio dentro del ámbito audiovisual. Estos talleres y seminarios son imprescindibles para llevar a cabo el trabajo de fin de curso.

#### MÉTODO HEURÍSTICO:

Será de gran importancia el trabajo en grupo. Los alumnos crearán un plan de producción viable para la creación, realización y publicación de una obra audiovisual, en alguno de los nuevos formatos explicados en clase, e incluirán en este el guión, la preproducción, la producción y postproducción.

El alumnado se encargará de trazar una estrategia de posicionamiento del producto en el mercado a través del entorno 2.0 todo ello fundamentado y consensuado en sesiones de debate que ponen de manifiesto la labor heurística.

Además, el último tema de esta asignatura se trabajará de forma grupal a través de textos científicos de forma que el alumnado se relacione con otros ámbitos de la comunicación audiovisual que les será de gran importancia de cara a enfrentarse al Trabajo de Fin de Grado.

## CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

### Consideraciones de la planificación

- Estas actividades son susceptibles de utilizar herramientas de inteligencia artificial de manera ética y responsable, lo que supone que su uso está destinado para conseguir más información, contrastar y ayudar de manera efectiva a fomentar la creatividad y enriquecer el aprendizaje activo. Así se entiende que la aplicación inapropiada como el traslado de la reproducción de las herramientas sin aportación y trabajo propio, representa un comportamiento inadecuado, que no cumple con los objetivos de las actividades y así se verá reflejado en su calificación.
- El profesor podrá incorporar medidas de carácter aleatorio o fijo (sustentación oral del resultado, incluir variaciones en los enunciados, aplicaciones de los resultados a otros contextos, etc.), antes, durante o al finalizar cada actividad formativa, con el propósito de confirmar el uso apropiado de la herramienta de inteligencia artificial.

### SEMANA 1

CLASE PRESENCIAL: TEMA 1-Introducción

Acercamiento a los nuevos formatos audiovisuales. Visionado de algunos de estos nuevos formatos.

### SEMANA 2

CLASE PRESENCIAL: TEMA 1-Conocimiento de la producción audiovisual. Modelos de producción básica. Acercamiento a la creación de nuevos formatos audiovisuales.

### SEMANA 3

CLASE PRESENCIAL: TEMA1-Conocimiento de la producción audiovisual. Modelos de producción básica.

### SEMANA 4

CLASE PRESENCIAL: El proceso de producción, elaborando nuestra obra audiovisual. Creación de biblias transmedia.

### SEMANA 5

CLASE PRESENCIAL: TEMA 2-Una nueva realidad, un nuevo modelo de negocio

### SEMANA 6

CLASE PRESENCIAL: TEMA 2-Una nueva realidad, un nuevo modelo de negocio.

### SEMANA 7

CLASE PRESENCIAL: TEMA 2-Una nueva realidad, un nuevo modelo de negocio.

### SEMANA 8

TRABAJO EN GRUPO: Presentación de biblia transmedia de nuestro producto audiovisual. La puesta en escena y el paper (documento de venta)

### SEMANA 9

CLASE PRESENCIAL: TEMA 2-Una nueva realidad, un nuevo modelo de negocio

CLASE PRESENCIAL: La importancia de la investigación en Comunicación Audiovisual.

### SEMANA 10

TRABAJO EN GRUPO: Nuestra producción audiovisual.

PRACTICA: Creación de nuevos formatos.

### SEMANA 11

CLASE PRESENCIAL: TEMA 3-De Estrategias digitales en medios de comunicación.

### SEMANA 12

CLASE PRESENCIAL: TEMA 3- Estrategias digitales en medios de comunicación.

Entrega de dossiers de producción y guiones sonoros (actividad transversal junto con producción sonora)

### SEMANA 13

PRACTICAS: Conclusiones obtenidas en las que observaremos hacia dónde avanza el futuro audiovisual.

### SEMANA 14

PRACTICAS: Conclusiones obtenidas en las que observaremos hacia dónde avanza el futuro audiovisual. TUTORÍA GRUPAL

### SEMANA 15

PRESENTACION DE TRABAJOS: Los alumnos defenderán sus producciones audiovisuales de forma teórica remarcando los pasos que han seguido, los puntos fuertes, los puntos débiles, como han elegido su público objetivo, que canales de distribución han decidido usar y como ha resultado el producto final.

## PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES:

### PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	CO	CE
Presentación de una biblia transmedia (Trabajo grupal)						X										X	X	
Dossiers de producción y grabación. (Trabajo individual escrito y trabajo grupal práctico)										X						X	X	
Publicación, promoción y resultados de la propuesta audiovisual a través del engranaje 2.0. (Trabajo grupal)														X		X	X	

### CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

En las primeras sesiones prácticas se establecerá la creación de una biblia audiovisual transmedia para un **producto seriado distribuido por internet**, ya sea un documental transmedia, una webserie o un canal de Youtube (musical, de humor, periodístico...) En las siguientes sesiones el alumnado se encargará de sacar el proyecto adelante.

Para superar el curso es requisito imprescindible aprobar tanto la parte teórica de la asignatura como la parte relacionada con seminarios, trabajos en grupo y trabajos individuales.

El plagio total o parcial en prácticas o trabajos al igual que más de tres faltas de ortografía supondrá un suspenso en la actividad.

La prueba teórica específica constará de preguntas tipo test y preguntas cortas a desarrollar, en las que se podrá incluir algunas derivadas de todo el material facilitado en el aula incluidos charlas, trabajos en grupo...

El uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, tendrán una calificación de cero. Asimismo, si se comprueba que este comportamiento irresponsable es generalizado o habitual por parte del estudiante, además de reflejarlo en su evaluación continua y final, puede acarrear la apertura de un expediente disciplinario.

### CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En la convocatoria extraordinario de Julio, los alumnos que hayan aprobado la parte práctica realizarán una prueba final con valor máximo del 40%.

Aquellos que no hayan superado la parte práctica deberán hacerla atendiendo a los siguientes criterios:

- No se podrá sacar material técnico entre semana para no interferir en el desarrollo de las asignaturas del 2º Cuatrimestre y tendrán preferencia las asignaturas del 2º Cuatrimestre para la reserva de equipos.
- No se podrán realizar grabaciones dentro de las instalaciones de la UEMC
- Los productos audiovisuales realizados se entregaran la tercera semana de marzo.



**SISTEMAS DE EVALUACIÓN:**

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas orales	10%
Trabajos y proyectos	25%
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	40%
Técnicas de observación	5%
Pruebas objetivas	20%