



Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE
**TALLER DE CREACIÓN
MULTIMEDIA**

Coordinación: VASILE , FRANCESCA

Año académico 2022-23

Información general de la asignatura

Denominación	TALLER DE CREACIÓN MULTIMEDIA			
Código	101996			
Semestre de impartición	1R Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA			
Carácter	Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
	Grado en Comunicación y Periodismo Audiovisuales	4	OPTATIVA	Presencial
Número de créditos de la asignatura (ECTS)	6			
Tipo de actividad, créditos y grupos	Tipo de actividad	PRAULA	TEORIA	
	Número de créditos	3	3	
	Número de grupos	1	1	
Coordinación	VASILE , FRANCESCA			
Departamento/s	FILOLOGIA CATALANA Y COMUNICACIÓN			
Distribución carga docente entre la clase presencial y el trabajo autónomo del estudiante	Horas presenciales en el aula (HP): 56 Horas no presenciales (HNP)*: 94 *Trabajo autónomo (sin acompañamiento del profesor) Total: 150 horas			
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.			
Idioma/es de impartición	Català			
Distribución de créditos	1 crédito equivale a 25 horas de trabajo del estudiante. Total: 150 horas (6 créditos).			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica\nprofesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
VASILE , FRANCESCA	francesca.vasile@udl.cat	6	

Información complementaria de la asignatura

La planificación contenida en esta guía se puede ver alterada con motivo de la crisis sanitaria actual.

Entendiendo que la realización de un proyecto multimedia requiere tanto de planteamientos creativos para la innovación como de principios estratégicos para su desarrollo, este taller está concebido a partir de un doble marco metodológico referencial. Por un lado, inspirado en la metodología del Design Thinking, aporta al alumnado técnicas de diagnóstico y conceptualización para la ideación de proyectos y, por otra parte, desde la perspectiva de la Gestión de proyectos, asegura la correcta formulación de su producción.

Metodológicamente se plantea un curso basado en la aplicación de dinámicas creativas, la realización de prototipos y la capacitación proyectual de los estudiantes. El taller contempla también un espacio dedicado a la orientación de los Trabajos de Fin de Grado especializados en disciplinas multimedia.

Objetivos académicos de la asignatura

- O1. Reconocer y aplicar diferentes técnicas de diagnóstico de necesidades
- O2. Documentar el contexto y los requerimientos de un proyecto multimedia
- O3. Experimentar y evaluar ideas, conceptos y soluciones
- O4. Organizar y definir formalmente un proyecto multimedia
- O5. Planificar y desarrollar un proyecto multimedia basado en requerimientos específicos
- O6. Comunicar y argumentar un proyecto propio con razonamientos académicos y técnicos

Competencias

Básicas

CB2. Aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer 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.

Generales

- CG2. Desarrollar la capacidad de organización y planificación.
- CG3. Aplicar los conocimientos teóricos en la actividad práctica.
- CG6. Desarrollar la creatividad, la innovación y la competitividad.

Específicas

- CE9. Concebir, planificar y ejecutar proyectos en el ámbito de los medios de comunicación en todo tipo de soportes.
- CE15. Desarrollar la capacidad creativa en la realización audiovisual, multimedia e interactiva de los distintos géneros.

Transversales

- CT4. Adquirir conocimientos básicos de emprendeduría y de los entornos profesionales.

Contenidos fundamentales de la asignatura

Módulo 1. Diagnóstico de necesidades centradas en el usuario

- Visual thinking aplicado a la exploración preliminar del problema
- Metodologías de observación y análisis de necesidades del público objetivo
- Técnicas de investigación y documentación para el planteamiento creativo
- Definición formal del problema (briefing creativo)

Módulo 2. Ideación de proyectos multimedia

- Estudio de casos y procesos referenciales
- Metodologías creativas para el desarrollo de ideas
- Definir la forma: de la idea al prototipo
- Procedimientos de evaluación y testeo

Módulo 3. Metodología proyectual

- El diseño multimedia como proceso proyectual
- Formulación de un proyecto multimedia
- Estrategias para la divulgación
- Presentación y defensa del proyecto

Ejes metodológicos de la asignatura

Metodológicamente, la asignatura se basa en:

- Clases magistrales. Exposición de los contenidos de la asignatura de forma oral por parte del professor
- Trabajo en grupo: actividad de aprendizaje que se tiene que hacer mediante la colaboración entre los miembros de un grupo
- Aprendizaje basado en problemas
- Elaboración de proyectos. metodología de enseñanza activa que promueve el aprendizaje a partir de la realización de un proyecto: idea, diseño, planificación, desarrollo y evaluación del proyecto
- Estudio de casos. método utilizado para estudiar un individuo, una institución, un problema, etc. de manera contextual y detallada
- Simulación: actividad en que, ante un caso o un problema, cada estudiante o cada grupo tiene asignado un rol o papel según la cual tiene que intervenir en el desarrollo de la situación
- Prácticas: permiten aplicar y configurar, a nivel práctico, la teoría de un ámbito de conocimiento en un contexto concreto.
- Sesiones de acompañamiento virtual: sesiones de videoconferencia donde el profesor imparte contenidos y estimula a la participación mediante la herramienta dispuesta en el Campus Virtual

Dada la incierta situación actual, las fechas y horas calculadas están sujetos a cambios. Si es necesario, en la primera sesión en el aula (prevista para el día 14 de septiembre de 2021) se indicarán las modificaciones oportunas.

Actividad	Descripción	Objetivos	HP	HNP
Clase Magistral (M)	Clases Magistrales	O1, O2	56	
Prácticas (P)	Actividades realizadas en el aula y trabajo autónomo	O3, O4, O5		44
Trabajos (T)	Proyectos y trabajo autónomo	O3, O4, O5		50
Evaluación (AV)	Examen y memoria de proyecto	O1, O2, O3, O4, O5	2	

Plan de desarrollo de la asignatura

Introducción al Design Thinking	1 sesión
Fase 01. Comprender	2 sesiones
Fase 02. Definir	2 sesiones
Fase 03. Idear	2 sesiones
Fase 04. Prototipar	3 sesiones
Fase 05. Evaluar	3 sesiones
Presentación de proyecto	1 sesión

Sistema de evaluación

La asignatura contempla dos modalidades de seguimiento: presencial y evaluación alternativa. Salvo excepciones (de tipo personal o laboral), estas dos modalidades son excluyentes entre sí, hay que optar por una de las dos al iniciar el curso. Los estudiantes que combinen sus estudios con un trabajo a tiempo completo tienen derecho a pedir evaluación alternativa en un plazo de 5 días desde el comienzo del semestre. Para más información, puede enviar un correo electrónico a academic@lletres.udl.cat o dirigirse a la Secretaría de la Facultad de Letras.

La nota final de la asignatura será el resultado de media ponderada de los siguientes bloques:

Seguimiento presencial (docencia híbrida):

Asistencia a clase y participación activa (As) y seguimiento del trabajo con acompañamiento virtual - O1, O2, O3, O4, O5 - 20%

Informe (In) / Trabajos (T) - O1, O2, O3, O4, O5 - 65%*

Evaluación (Presentación y prueba escrita) - O1, O2, O3, O4, O5 - 15%

Seguimiento no-presencial:

Informe (In) / Trabajos (T) - O1, O2, O3, O4, O5 - 85%*

Evaluación (Presentación y prueba escrita) - O1, O2, O3, O4, O5 - 15%

O: Objetivo. %: porcentaje en la nota final

*Para superar la asignatura es necesario aprobar todas las actividades de aprendizaje propuestas con los Trabajos (T).

Bibliografía y recursos de información

Aicher, Otl. (2005). *El mundo como proyecto*. Barcelona: Gustavo Gili

Kawasaki, Guy. (2011). *El arte de cautivar*. Barcelona: Booklet.

Lamarre, Guillaume. (2018). *La vía del creativo*. Barcelona: Gustavo Gili

Lockwood, Tom. (ed.) (2009). *Design Thinking. Integrating innovation, Customer Experience, and Brand Value*. New

York: Allworth Press.

Lupton, Ellen. (2012) *Intuición, acción, creación. Graphic design thinking*. Barcelona: Gustavo Gili

Memelsdorff, Frank. (2004). *Rediseñar para un mundo en cambio*. Madrid: Blur Ediciones.

Moote, Idris. (2014). *Design thinking para la innovación estratégica*. Madrid: Ediciones Urano

Munari, Bruno. (2018) *Fantasía*. Barcelona: Gustavo Gili

Pelta, Raquel. (2004). *Diseñar hoy*. Barcelona: Paidós

Rowe, Peter. (1987). *Design thinking*. Cambridge: MIT Press

Tomé, Pepe. (2011). *Connecta!* Barcelona: Libros de cabecera.