

## PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2018-2019

Identificación y características de la asignatura			
Código	401809	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	Creación de productos digitales I		
Denominación (inglés)	Creation and development of digital products I		
Titulaciones	Máster Universitario en Gestión de la información en redes sociales y de los productos digitales en internet		
Centro	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación		
Semestre	Primero	Carácter	Obligatorio
Módulo	Creación y cultura digital		
Materia	Documentos digitales		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
Soledad Ruano López	05 Decanato	solruano@unex.es	
Felipe Zapico Alonso	51	fzapalo@unex.es	
Área de conocimiento	Comunicación Audiovisual; Biblioteconomía y Documentación		
Departamento	Información y Comunicación		
Profesor coordinador (si hay más de uno)	Felipe Zapico Alonso		
Competencias (tipo, código y competencia)*			
<p><b>COMPETENCIAS BÁSICAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. CB6 – Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.</li> <li>2. CB7 – Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.</li> <li>3. CB8 – Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.</li> <li>4. CB9 – Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.</li> <li>5. CB10 – Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan</li> </ol>			

\* Los apartados relativos a competencias, breve descripción del contenido, actividades formativas, metodologías docentes, resultados de aprendizaje y sistemas de evaluación deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

**COMPETENCIAS GENERALES**

1. CG2 – Conocer la estructura y organización de la información en las redes sociales y tener la capacidad de diseñar y elaborar productos culturales digitales de texto, fotografía, vídeo y audio.

**COMPETENCIAS TRANSVERSALES**

1. CT1 – Saber presentar y comunicar públicamente, de manera lógica y ordenada, ideas, problemas y soluciones, tanto de forma oral como escrita.
2. CT2 – Utilizar las tecnologías de la información como herramienta de trabajo intelectual y como elemento esencial para crear productos, informarse, aprender y comunicarse.
3. CT3 – Conocer la terminología especializada para el desarrollo de la actividad profesional relacionada con la creación de productos digitales y las redes sociales.
4. CT4 – Adquirir los conocimientos metodológicos necesarios para afrontar los retos profesionales de una forma ética y rigurosa.
5. CT5 – Aprender y usar habilidades sociales e interpersonales en las relaciones con otras personas para poder trabajar en grupos multidisciplinares e interculturales.
6. CT6 – Garantizar que el trabajo profesional especializado que desempeñe en el entorno de la creación de productos digitales y las redes sociales contemple los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

**COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

1. CE8 – Gestionar proyectos audiovisuales y conocer la presencia de los archivos digitales en internet, profundizando en el movimiento *Open Access*.
2. CE9 – Conocer y aplicar técnicas de edición.

**Temas y contenidos**

**Breve descripción del contenido\***

Diseño, creación y gestión de proyectos audiovisuales. Presentación de ideas e historias para su posterior producción y comercialización. Financiación de proyectos audiovisuales.

Movimiento Open Access: definición, origen, evolución e hitos destacados.

Repositorios: concepto, funciones, tipología, fuentes para su localización.

Repositorios institucionales: características, tendencias, diseño y ejemplos.

Conocimiento de las Técnicas de creación literaria y artística.

**Temario de la asignatura**

**Tema 1. Movimiento Open Access**

Contenidos del tema 1: Movimiento Open Access: definición, origen, evolución e hitos destacados.

**Tema 2. Diseño, creación y gestión de productos audiovisuales en la red**  
 Contenidos del tema 2: Modelos de producción digital en la red. Formatos digitales. Contenidos interactivos. Formatos digitales. Canales de difusión en Internet. Distribución multiplataforma.

**Tema 3. Creación literaria y artística**  
 Contenidos del tema 3: Introducción a la creación literaria y artística, de las calles al mundo 2.0. Comunicación del hecho creativo. Licencias para compartir.

**Tema 4. Taller de creatividad**  
 Contenidos del tema 4: Taller que se desarrollará bajo supervisión con el objetivo de realizar y comunicar un hecho creativo, en cualquiera de sus ámbitos

### Actividades formativas\*

Horas de trabajo del alumno por tema		Actividades de docencia virtual						Trabajo del alumno
Tema	Total	1	2	3	4	5	6	EP (Estudio Personal)
1	20	1,5 h	2 h	0,5 h		2 h		14
2	30	3,5 h	5 h	1,5 h		4 h		16
3	50	5h		2h	10 h	3h		30
4	16	2 h	2 h	2 h				10
5	34	2 h	2 h	2 h	8 h			20
<b>Evaluación del conjunto</b>	<b>150 horas</b>	<b>60 horas</b>						<b>90 horas</b>

### Metodologías docentes\*

- Métodos de enseñanza-aprendizaje colaborativos
- Método expositivo apoyado en materiales digitales interactivos y audiovisuales
- Orientación y tutoría individual y grupal
- Aprendizaje basado en investigación (ABI) aplicado a la profesión en procesos de gestión, producción y difusión.

### Resultados de aprendizaje\*

Al finalizar el estudio de esta materia el alumno podrá:

- Diseñar y crear proyectos audiovisuales
- Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente las decisiones y saber evaluar las propuestas ajenas.
- Conocer los archivos digitales
- Conocer y aplicar técnicas de creación literaria y artística
- Conocer el origen, concepto y tendencias actuales del movimiento Open Access.
- Conocer el origen, concepto y tendencias actuales de los repositorios institucionales.
- Conocer el software DSPACE.
- Conocer y dominar el lenguaje gráfico y sus recursos expresivos para hacer más eficaz la comunicación visual.
- Concebir, planificar y desarrollar proyectos audiovisuales (de diseño) con la funcionalidad y estética requerida.
- Conocer los fundamentos del diseño gráfico y la tecnología específica para la creación de productos digitales

## Sistemas de evaluación\*

Sistema de evaluación	Tipología de actividades	Ponderación
Evaluación Continua (=>60%)	Webquest (búsqueda de recursos en la web).	10%
	Elaboración de documento escrito, de trabajos, realización de tareas, resolución de problemas, cuestionarios.	20%
	Comunicación síncrona y asíncrona para tutoría individual o grupal (foro de debate, seminario, coordinación de trabajo colaborativo).	10%
	Diseño, elaboración y evaluación de materiales digitales multimedia en diferentes soportes.	40%
	Lectura de textos, artículos, capítulos de libros académicos y científicos.	--
Evaluación Final (=<40%)	1. Examen escrito: prueba objetiva y/o de desarrollo	20%

### Observaciones

La evaluación se realizará a través de pruebas teóricas y realización de trabajos prácticos.

La evaluación consistirá en la superación de uno o varios exámenes de los conocimientos teóricos adquiridos, dichos exámenes podrán consistir en una prueba de desarrollo escrito, de preguntas cortas o tipo test. Para la valoración final de la prueba se determinará previamente el valor de cada pregunta.

En todo caso el examen deberá aprobarse para superar la asignatura.

En cuanto al sistema de calificación en las actividades prácticas, se atenderá a la participación y el resultado de la resolución de problemas planteados a los alumnos en las actividades prácticas de la asignatura y, en su caso, podrá realizarse un examen práctico.

En cada caso, el profesor encargado de la asignatura hará públicos los criterios de evaluación que se determinen por la UEx.

La calificación es la suma de la evaluación continua y la evaluación final atendiendo a los siguientes criterios.

- **Examen final** consiste en la realización de una o varias pruebas escritas cuyo valor debe ser igual o inferior al 40% de la evaluación.
- **Evaluación continua** es la media ponderada de la calificación obtenida en los trabajos y tareas estipuladas en cada asignatura, siendo el total igual o superior al 60% de la evaluación. En su evaluación se tendrán en cuenta las diferentes actividades formativas.

Se aplicará el sistema de calificaciones vigente en cada momento; actualmente, el que aparece en el RD 1125/2003, artículo 5º. Los resultados obtenidos por el alumno en cada una de las materias del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su

correspondiente calificación cualitativa: 0-4,9: Suspenso (SS), 5,0 – 6,9: Aprobado (AP), 7,0 - 8,9: Notable (NT), 9,0 – 10: Sobresaliente (SB). La mención de Matrícula de Honor podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una asignatura en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

***\*En las convocatorias, habrá una prueba final alternativa de carácter global, de manera que la superación de ésta suponga la superación de la asignatura.***

## Bibliografía (básica y complementaria)

### BASICA

#### Bibliografía tema 1.

- Abadal, Ernest, et al. *Open access to scientific production in Spain. A report for the CBUC*. Barcelona: CBUC, 2009  
<[http://oaseminar.fecyt.es/Publico/nationalReports/\\_Recursos/Spain\\_v1.pdf](http://oaseminar.fecyt.es/Publico/nationalReports/_Recursos/Spain_v1.pdf)>.
- Anglada i de Ferrer, Lluís M. Acceso abierto, autoarchivo, repositorios y declaración de Barcelona. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, nº 20 (juny), 2008.
- Ariel López, Fernando. Visibilidad e impacto de los repositorios digitales en acceso abierto. *Boletín electrónico ABGRA*, vol. 5, nº 1 (marzo), 2013  
<[http://www.abgra.org.ar/newsletter/ABGRA-Boletin-2013\\_A5\\_N1\\_Lopez.pdf](http://www.abgra.org.ar/newsletter/ABGRA-Boletin-2013_A5_N1_Lopez.pdf)>
- Bankier, J. G.; Foster, C.; Wiley, G. Institutional repositories: strategies for the present and future. *The serials librarian*, vol. 56, nº 1-4, 2009, p. 109-115  
<[http://works.bepress.com/jean\\_gabriel\\_bankier/5/](http://works.bepress.com/jean_gabriel_bankier/5/)>.
- Barton, M.R.; Waters, M. Cómo crear un Repositorio Institucional Manual LEADIRS II, 2004 <<http://recolecta.fecyt.es/sites/default/files/contenido/documentos/mit.pdf>>
- Melero, Remedios. El paisaje de los repositorios institucionales *open access* en España. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, nº 20 (juny), 2008  
<<http://bid.ub.edu/20meler4.htm>>.
- Rodríguez Gallardo, A. Elementos que fundamentan el Acceso Abierto. *Investigación Bibliotecológica*, vol. 22, nº 44, 2008, p. 161-182.
- Suber, P. (2007). *Open access overview. Focusing on open access to peer-reviewed research articles and their preprints*.  
<<http://www.earlham.edu/~peters/fos/overview.htm>>.

#### Bibliografía tema 2

- ALBERICH, Jordi & ROIG, Antoni (Coords.) (2005). Comunicación audiovisual digital.

Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas. Barcelona: Editorial UOC.

- CASACUBERTA, David (2003). Creación colectiva. En Internet el creador es el público. Barcelona: Gedisa.
- DE KERCKHOVE, Derrick. (1999) La Piel de la Cultura. Investigando la nueva realidad electrónica. Barcelona: Editorial Gedisa.
- GARCÍA SERRANO, Federico." Las técnicas del "Pitching" en el mercado audiovisual español: del "caramelo" al Guión". Universidad Complutense, Madrid.
- JODAR MARIN, J. (2009) "La era digital: Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales". En Razón y Palabra. [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx)
- MAESTRI, G. (1997). Creación digital de personajes animados. Ed. Anaya Multimedia.
- NEGROPONTE, N. (2000). El mundo digital. El futuro que ha llegado. Ediciones B., Barcelona. ORIHUELA, J.L. "Sociedad de la información y nuevos medios de comunicación pública: claves para el debate". En Nueva Revista.
- TUBELLA, I. et al. (2008). Internet y Televisión: la guerra de las pantallas, Barcelona: Editorial Ariel.

#### Bibliografía temas 3 y 4.

- Atlas ilustrado de grafiti y arte urbano (2011). Susaeta: Madrid.
- BUSTAMANTE, E., ZALLO, R. (1988) Las industrias culturales en España. Madrid: Akal.
- BUSTAMANTE, E. (coord) (2013). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa.
- BUSTAMANTE, E. (2002). Comunicación y cultura en la era digital. Barcelona: Gedisa.
- GARCÍA GRACIA, M. I. (2007). La dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio en España. Madrid: McGraw-Hill.
- Informe mundial sobre la cultura (1999). Madrid: UNESCO.
- Informe mundial sobre la cultura: cultura, creatividad y mercados (1998). Madrid: Fundación Santa María-
- Informe mundial sobre la comunicación y la información (2003). Madrid: UNESCO.
- GOFFMAN, Ken. La contracultura a través de los tiempos : de Abraham al acid-house. (2005). Barcelona: Anagrama.
- Graffiti: Arte urbano de los cinco continentes (2010). Gustavo Gili: Barcelona.
- Graffiti y arte urbano: murales, firmas, plantillas y pegatinas (2011). FKG: Barcelona, 2011.
- SOUGEZ, M-L. (1999). Historia de la fotografía. Madrid: Cátedra.

- SÚAREZ, Mario (2011). Los nombres esenciales del arte urbano y del graffiti español. Lunweg: Madrid.
- Ultimate street art a celebration of graffiti and urban art (2009). Monsa: Barcelona.
- World culture report: cultural diversity and pluralism (2000). Paris: UNESCO.
- VOGEL, H. La industria de la cultura y el ocio: un análisis económico (2004). Madrid: Fundación Autor.

## COMPLEMENTARIA

### Otros recursos y materiales docentes complementarios

- Declaración de Budapest, 2002 <<http://www.budapestopenaccessinitiative.org/>>
- Declaración de Bethesda, 2003 <[http://ictlogy.net/articles/bethesda\\_es.html](http://ictlogy.net/articles/bethesda_es.html)>
- Declaración de Berlín, 2003 <<https://openaccess.mpg.de/>>

<b>Horario de tutorías</b>
El horario de tutorías de libre acceso se establecerá para cada semestre dentro de los plazos previstos por la Universidad y podrá ser consultado en la página web de la Facultad.
<b>Recomendaciones</b>