



FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 36608

Nombre: Taller de proyectos interactivos

Ciclo: Grado

Créditos ECTS: 6

Curso académico: 2026-27

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	3	Primer cuatrimestre
1407 - Grado en Ingeniería Multimedia	Escola Tècnica Superior d'Enginyeria	4	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	Complementos formativos de carácter optativo	OPTATIVA
1407 - Grado en Ingeniería Multimedia	Optatividad	OPTATIVA

COORDINACIÓN

HUGUET CLEMENTE MARIA CARMEN

OLASO GONZALEZ RAFAEL

RESUMEN

Taller de Proyectos Interactivos es una asignatura optativa del Grado en Comunicación Audiovisual y del Grado en Ingeniería Multimedia

Desarrolla los siguientes temas: Definición y caracterización de interactivo, transmedia, experiencia de usuario, usabilidad, interfaz, inmersión, narrativa transmedia. Fundamentos de la realidad y la ficción interactiva y transmedia. Exploración y análisis de productos multimedia. Edición y software multimedia.

Se trata de una asignatura práctica en la que se desarrollará un proyecto interactivo, bien a través de la creación de una campaña de marketing o bien a través de un proyecto de contenidos interactivos; ya sea una web, app, revista digital, podcast, situado dentro de una propuesta de nuevos formatos.

Se generarán contenidos interactivos, se organizarán y se integrarán en un proyecto transmedia con una



buena accesibilidad y usabilidad.

La asignatura en su conjunto desarrolla un mapa cognitivo de las metodologías de análisis, diseño y desarrollo de productos digitales que cuentan con la interactividad como rasgo común. Este enfoque incide en los aspectos relativos a las formas gráficas, visuales y sonoras de la comunicación audiovisual, Internet y la cultura digital, el marketing, los formatos multimedia o los usos de las nuevas tecnologías en entornos Web.

En este sentido, el módulo está diseñado como un trabajo de aplicación en el campo práctico, que posibilita al y a la estudiante articular de forma innovadora y creativa conocimientos en comunicación interactiva, marketing y diseño digital.

Posibilitará un aprendizaje de los cimientos generales y los procedimientos para el diseño de proyectos, las formas de producción, distribución y marketing; así como la planificación de los recursos tecnológicos. Se propone una dinámica de trabajo basada en el diseño de un prototipo de proyecto, mediante una dinámica participativa y creativa, así como la adquisición de habilidades en el manejo de las herramientas multimedia.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

Esta asignatura no requiere conocimientos previos.

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1333 - Grado en Comunicación Audiovisual

Capacidad para actuar defendiendo una cultura de la paz y respetando los derechos fundamentales en los procesos de la comunicación, en concreto la igualdad entre mujeres y hombres en todos los tratamientos informativos, interpretativos, sígnicos, dialógicos y opinativos de la comunicación.

Capacidad para experimentar e innovar mediante el conocimiento y el uso de métodos y técnicas aplicados.

Conocimiento teórico-práctico de las tecnologías aplicadas a los medios de comunicación audiovisuales (fotografía, radio, sonido, televisión, vídeo, cine, y soportes multimedia), incluyendo la capacidad para utilizarlos en la construcción y manipulación de los diversos productos que abarca el ámbito de la comunicación audiovisual.

Iniciativa, creatividad, credibilidad, honestidad, imagen, espíritu de liderazgo y responsabilidad tanto de



modo individual como corporativo.

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Que los estudiantes manifiesten respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos.

Que los estudiantes posean habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad periodística.

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Que los estudiantes sean capaces de obtener y seleccionar la información y las fuentes relevantes para la solución de problemas y la elaboración de estrategias.

Que los estudiantes sean capaces de trabajar en equipo, de comunicar las propias ideas y de integrarse en proyectos comunes destinados a la obtención de resultados.

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.

Que los estudiantes tengan capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos y sociolaborales.

Que los estudiantes tengan la capacidad y la creatividad necesarias para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción comunicativa, aplicando soluciones y puntos de vista fundados en el desarrollo de los proyectos.

1407 - Grado en Ingeniería Multimedia

I10 - Capacidad para diseñar y evaluar interfaces persona computador que garanticen la accesibilidad y usabilidad a los sistemas, servicios y aplicaciones informáticas.

MM11 - Poseer conocimientos y capacidad para aplicar los diferentes mecanismos y elementos de la construcción de los relatos audiovisuales tanto lineales como no lineales atendiendo a diferentes formatos, tecnologías y soportes de producción.

MM1 - Poseer conocimiento y capacidad de comprensión de hechos esenciales, conceptos, principios y teorías relativas a los sistemas multimedia incluyendo todas las disciplinas que estos sistemas abarcan.

MM21 - Comunicar de forma efectiva, tanto por escrito como oralmente, conocimientos, procedimientos, resultados e ideas relacionadas con las TIC y, concretamente de la Multimedia, conociendo su impacto socioeconómico.

MM3 - Aplicar de forma adecuada las metodologías, tecnologías, procedimientos y herramientas en el desarrollo profesional de los productos multimedia en un contexto de uso real, aplicando las soluciones adecuadas en cada entorno.



MM7 - Ser capaz de aplicar los principios de diseño y comunicación gráfica audiovisual a los productos multimedia.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Definición y caracterización de interactivo y transmedia

- 1.1. Introducción a la comunicación y cultura digital.
- 1.2. Nuevos formatos y convergencia de medios y contenidos. Diseño de Interacción
- 1.3. Introducción a la comunicación con dispositivos móviles. Las aplicaciones y web apps.
- 1.4. La interfaz e inmersión digital. Usabilidad y Experiencia de Usuario.

El objetivo docente de este capítulo es que el estudiante aprenda a reconocer los principios básicos de funcionamiento de la interactividad con el usuario y su importancia con relación al diseño.

2. Diseño multimedia y narrativa transmedia.

- 2.1. Principios universales del diseño aplicados a entornos multimedia.
- 2.2. Branding y creación de imagen de marca
- 2.3. Arquitectura de la Información y diseño: Wireframes y diseño de prototipos
- 2.4 Fundamentos de la realidad y la ficción interactiva y transmedia.

El objetivo para este capítulo se centra en que el estudiante aprenda a reconocer los principios básicos por los que se rige un buen diseño visual en un marco participativo y de interacción con el usuario. Estudiar los modos de organización de los colores, las tipografías y las formas gráficas simples, sus rasgos definitorios, las estrategias para combinarlos correctamente y su simbolismo cultural. Introducir las posibilidades técnicas y expresivas de la fotografía en el ámbito multimedia.

3. Exploración y análisis de productos multimedia. Edición y software multimedia

- 3.1. Etapas en la creación de videos para el ámbito multimedia: producción, distribución, promoción y monetización.



3.2. Géneros audiovisuales del universo Internet.

3.3. Compresión de video y formatos multimedia.

3.4. Modalidades de producción y distribución de contenidos audiovisuales y de sonido: crossmedia, crowdfunding. Elaboración de podcasts, webs tv, YouTube, Twitch;

3.5. Etapas de la sonorización audiovisual.

3.6. Diseño sonoro. Música. Sonido y narrativa.

El objetivo de este apartado es doble: Por un lado, acercar al estudiante las distintas fases técnicas y creativas que comporta la producción de videos para internet, desde la planificación y grabación hasta la distribución y la promoción online. De otra, dar a conocer también algunos de los géneros y modelos audiovisuales nacidos en la era digital y transmedia como consecuencia directa del abaratamiento de los costes y la democratización de las herramientas tecnológicas.

4. Marketing online y posicionamiento en internet

4.1 Elaboración de estrategias de marketing online: el mail marketing, Social Media Marketing y Display ads.

4.2 Posicionamiento en buscadores y programas de afiliación: estrategias de SEO y creación de campañas de SEM. Google analytics.

Introducción al marketing digital y a las estrategias de contenido propias del ámbito de internet, entre los que tiene gran importancia entender cómo los buscadores organizan la información digital basándose en las palabras clave, la indexación de contenidos, etc.

5. Etapas del Diseño de un proyecto interactivo

Elaboración del documento de diseño: Estudio previo del mercado, idea, objetivos, usuarios, arquitectura y plan de financiación.

Se trata de que el estudiante elabore todas las fases de un proyecto interactivo que le posibilite, dentro de una dinámica participativa y creativa, el aprendizaje de las dinámicas y herramientas digitales de un proceso de diseño y difusión de un proyecto multimedia, así como una campaña de marketing digital.

Resultados de aprendizaje

Estos contenidos se plasmarán en los siguientes resultados de aprendizaje:



- Conocer los códigos y modos de representación propios de la comunicación audiovisual.
- Asumir la responsabilidad de un proyecto propio.
- Desarrollar un trabajo creativo o de investigación.
- Expresar intencionalidad en el uso de las imágenes.
- Aplicar soluciones propias en el desarrollo de los proyectos audiovisuales.
- Definir temas de investigación o creación personal innovadora.
- Exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos.
- Trabajar en equipo.
- Poner en valor las propias propuestas.
- Escribir textos adaptados al medio.
- Diseñar estrategias visuales persuasivas.
- Aplicar recursos y procedimientos de ideación gráfica.
- Manejar las tecnologías aplicadas a los medios de comunicación.
- Ejecutar planes de trabajo.

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Laboratorio	60,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	30,00
Estudio y trabajo autónomo	30,00
Preparación de clases	0,00
Preparación de actividades de evaluación	30,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE

Actividades presenciales

La docencia presencial seguirá las siguientes metodologías:

- **Lección magistral:** centrada fundamentalmente en la introducción general de la materia y las necesarias acotaciones metodológicas que se aplicarán en el desarrollo de cada una de las asignaturas con la finalidad de proporcionar una visión general de los contenidos, las competencias y las destrezas que se pretende adquirir, así como la adquisición de las delimitaciones conceptuales más relevantes y necesarias.



- **Estudio y análisis de casos:** Aportar las orientaciones pertinentes con respecto al tratamiento de los textos propuestos para la lectura individual, análisis y estudio crítico de los mismos.
- **Exposición en aula y trabajo por grupos:** Marcar las pautas para realizar los trabajos prácticos en lo que afecta a la metodología y técnicas de estudio e investigación y adquisición de competencias profesionales específicas.

Actividades no presenciales

El alumnado desarrollará las siguientes actividades no presenciales:

- **Preparación de actividades de evaluación.** Preparación de la exposición oral con el material gráfico y audiovisual para la exposición en el aula.
- **Estudio y trabajo autónomo.** Consulta y estudio de la bibliografía por parte del alumnado.
- **Elaboración de trabajos en grupo.** Realización de proyectos audiovisuales e interactivos en grupo: realización de contenido audiovisual interactivo como trabajo práctico final de la asignatura.
- **Tutoría individual y en grupo** con la finalidad de realizar las consultas, ofrecer indicaciones y resolver dudas de carácter teórico y metodológico con respecto a la materia.

Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Esta asignatura tiene en cuenta especialmente los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- **ODS 4, Educación de calidad.** Meta 4, aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento.
- **ODS 4, Educación de calidad.** Meta 7, que el alumnado adquiera los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural, y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible.

EVALUACIÓN

El sistema general de calificaciones seguirá el Reglamento de evaluación y calificación de la Universitat de València para títulos de grado y máster, aprobado por el Consell de Govern el 30 de mayo de 2017 (ACGUV 108/2017).

Primera convocatoria

La evaluación en primera convocatoria se desarrollará del siguiente modo:



- **Prueba escrita final 70 %:** Elaboración y presentación de un proyecto por parte del alumnado de forma tutorizada sobre un tema delimitado. El trabajo deberá reflejar el aprendizaje teórico-práctico de la asignatura centrado en el diseño interactivo y el marketing digital. Es recuperable en segunda convocatoria.
- **Presentación de esquemas resúmenes y textos propuestos: 20 %.** Es recuperable en segunda convocatoria.
- **Valoración de actitud y participación en la dinámica de clase: 10 %.** No es recuperable en segunda convocatoria.

Al tratarse de una asignatura de laboratorio, para superar la asignatura en la primera convocatoria, es necesario asistir al menos a un 80 % de las clases.

Segunda convocatoria

La evaluación en segunda convocatoria mantendrá, si fuera el caso, las calificaciones obtenidas en los bloques aprobados en la primera. La evaluación de los bloques suspendidos o no presentados se realizará del siguiente modo:

- **Prueba escrita final 70 %:** Elaboración y presentación de un proyecto por parte del alumnado de forma tutorizada sobre un tema delimitado. El trabajo deberá reflejar el aprendizaje teórico-práctico de la asignatura centrado en el diseño interactivo y el marketing digital. Es recuperable en segunda convocatoria.
- **Presentación de esquemas resúmenes y textos propuestos: 20 %.** Es recuperable en segunda convocatoria.
- **Valoración de actitud y participación en la dinámica de clase: 10 %.** No es recuperable en segunda convocatoria. Se mantendrá la nota obtenida en la primera.

En la segunda convocatoria, el alumnado puede recuperar la asignatura sin que sea necesario haber asistido al 80% de las clases.

Observaciones

- Tanto en el examen como en el resto de pruebas, ejercicios o trabajos escritos se exigirá corrección ortográfica y gramatical. Cada falta comportará una reducción de la calificación



obtenida, que puede llegar hasta el suspenso.

- En el caso de comprobarse plagio en un trabajo de evaluación, este se podrá puntuar con la calificación numérica de cero, con independencia del procedimiento disciplinario que se pueda incoar y, si procede, de la sanción que sea procedente de acuerdo con la legislación vigente.
- La honestidad intelectual es vital en las comunidades académicas y para la justa evaluación del trabajo del estudiantado. Todos los trabajos presentados en este curso han de ser de autoría original. No se admitirán trabajos en los que se haga uso de colaboración fraudulenta según el "Protocolo de actuación ante prácticas fraudulentas de la Universitat de València" aprobado por el Consell de Govern de 14 de julio de 2020. ACGUV 123/2020. La utilización de herramientas de inteligencia artificial se adecuará a lo dispuesto en la "Guía de actuación para el uso responsable de la inteligencia artificial (IA) en las actividades docentes y de evaluación en la Universitat de València" o normativa que la sustituya.

BIBLIOGRAFÍA

Referencias básicas

- BOU BAUZÁ, GUILLEM, *El guión multimedia*, Anaya Multimedia, Madrid, 2003.
- PRATT, ANDY, NUNES, JASON, *Diseño Interactivo*. Océano Ámbar, Madrid, 2013
- SALAVERRÍA, R y ORIHUELA, JOSE LUIS, *Introducción al diseño digital. Concepción y desarrollo de proyectos de comunicación interactiva*. Anaya Multimedia, Madrid, 1999
- STEANE, JAMIE, *Fundamentos del Diseño Interactivo: Principios y Procesos que todo diseñador debe conocer*. Promopress. 2016

Referencias complementarias

- CARRILLO, JESÚS, *Arte en la red, Ensayos de Arte Cátedra*, Madrid, 2004.
- DARLEY, ANDREW, *Cultura visual digital*, Paidós, Barcelona, 2002.
- LLORET ROMERO, NURIA, CANET CENTELLAS., FERNANDO, *Nuevos escenarios, nuevas formas de expresión narrativa: La Web 2.0 y el lenguaje audiovisual*, *Hipertext.net*, núm. 6, 2008.
- ORIHUELA, JOSE LUIS: *Culturas digitales. Textos breves para entender cómo y por qué internet nos cambió la vida*, Ediciones Eunote, Pamplona, 2021.
- RIBAS, JOSEP IGNASI "Integración de medios en el discurso interactivo: el caso de la difusión cultural" *Cuadernos del CAC*, Nº 31-32. (Julio 2008 - Junio 2009. P. 43-53).
- SCOLARI, CARLOS, *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la comunicación digital interactiva*, Gedisa, Barcelona, 2008.
- TRIBE, MARK, REENA JANA & UTA GROSENICK, *Arte y Nuevas Tecnologías*, Taschen, Madrid, 2006.