

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA****Codi:** 36608**Nom:** Taller de projectes interactius**Cicle:** Grau**Crèdits ECTS:** 6**Curs acadèmic:** 2025-26**TITULACIONS**

Titulació	Centre	Curs	Període
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	3	Primer quadrimestre
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	4	Primer quadrimestre
1407 - Grau en Enginyeria Multimedia	Escola Tècnica Superior d'Enginyeria	4	Primer quadrimestre

**MATÈRIES**

Titulació	Matèria	Caràcter
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	Complements formatius de caràcter optatiu	OPTATIVA
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	Complements formatius de caràcter optatiu	OPTATIVA
1407 - Grau en Enginyeria Multimedia	Optativitat	OPTATIVA

**COORDINACIÓ**

HUGUET CLEMENTE MARIA CARMEN

**RESUM**

Taller de Projectes Interactius és una assignatura optativa Grau en Comunicació Audiovisual i del Grau en Enginyeria Multimèdia

Desenrotlla els següents temes: Definició i caracterització de: interactiu, transmèdia, experiència d'usuari, usabilitat, interfície, immersió, narrativa transmèdia. Fonaments de la realitat i la ficció interactiva i transmèdia. Exploració i anàlisi de productes multimèdia. Edició i programari multimèdia.

Es tracta d'una assignatura pràctica on es desenvoluparà un projecte interactiu, bé mitjançant la creació d'una campanya de màrqueting o bé mitjançant un projecte de continguts interactius; ja sigui una web, app, revista digital, podcast situat dins una proposta de nous formats.



Es generaran continguts interactius, s'organitzaran i s'integraran en un projecte transmèdia amb bona accessibilitat i usabilitat.

L'assignatura en el seu conjunt aporta un mapa cognitiu de les metodologies d'anàlisi, disseny i desenvolupament de productes digitals que compten amb la interactivitat com a tret comú. Aquest enfocament incideix en els aspectes relatius a les formes gràfiques, visuals i sonores de la comunicació audiovisual, Internet, el màrqueting i la cultura digital, els formats multimèdia o els usos de les noves tecnologies en entorns Web.

En aquest sentit, el mòdul està dissenyat com un treball de aplicació en el camp pràctic, que possibilita a l'estudiant articular de forma innovadora i creativa coneixements en comunicació interactiva, màrqueting i disseny digital.

Possibilitarà un aprenentatge dels fonaments generals i els procediments per al disseny de projectes, les formes de producció, màrqueting i distribució, i la planificació dels recursos tecnològics. Es proposa una dinàmica de treball basada en el disseny d'un prototip de projecte, mitjançant una dinàmica participativa i creativa, l'adquisició d'habilitats en el maneig de les eines multimèdia.

També és una assignatura optativa del Grau en Enginyeria Multimèdia

## **CONEIXEMENTS PREVIS**

### **RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ**

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

### **ALTRES TIPUS DE REQUISITS**

Aquesta assignatura no requereix coneixements previs.

## **COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE**

-

Capacitat per a actuar defenent una cultura de la pau i respectant els drets fonamentals en els processos de la comunicació, en concret la igualtat entre dones i hòmens en tots els tractaments informatius, interpretatius, sígnicos, dialògics i opinatius de la comunicació.

Capacitat per a experimentar i innovar per mitjà del coneixement i l'ús de mètodes i tècniques aplicats.

Coneixement teoricoopràctic de les tecnologies aplicades als mitjans de comunicació audiovisuals (fotografia, ràdio, so, televisió, vídeo, cine, i suports multimèdia) , incloent la capacitat per a utilitzar-los en la construcció i manipulació dels diversos productes que comprén l'àmbit de la comunicació audiovisual.



I10 - Capacitat per a dissenyar i avaluar interfícies persona computador que garantisquen l'accessibilitat i usabilidad als sistemes, servicis i aplicacions informàtiques.

Iniciativa, creativitat, credibilitat, honestedat, imatge, esperit de lideratge i responsabilitat tant de manera individual com corporatiu.

MM11 - Posseir coneixements i capacitat per a aplicar els diferents mecanismes i elements de la construcció dels relats audiovisuals tant lineals com no lineals atenent a diferents formats, tecnologies i suports de producció.

MM1 - Posseir coneixement i capacitat de comprensió de fets essencials, conceptes, principis i teories relatives als sistemes multimèdia incloent totes les disciplines que estos sistemes comprenen.

MM21 - Comunicar de forma efectiva, tant per escrit com oralment, coneixements, procediments, resultats i idees relacionades amb les TIC i, concretament de la Multimèdia, coneixent el seu impacte socioeconòmic.

MM3 - Aplicar de forma adequada les metodologies, tecnologies, procediments i ferramentes en el desenrotllament professional dels productes multimèdia en un context d'ús real, aplicant les solucions adequades en cada entorn.

MM7 - Ser capaç d'aplicar els principis de disseny i comunicació gràfica audiovisual als productes multimèdia.

Que els estudiants hagen desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

Que els estudiants manifesten respecte solidari per les diferents persones i pobles del planeta, així com coneixement dels grans corrents culturals en relació amb els valors individuals i col·lectius i respecte pels drets humans.

Que els estudiants posseïsquen habilitat per a l'organització i temporalització de les tasques, realitzant-les de manera ordenada adoptant amb lògica les decisions prioritàries en els diferents processos de l'activitat periodística.

Que els estudiants puguen transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

Que els estudiants sàpien aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïsquen les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seua àrea d'estudi.

Que els estudiants siguen capaços d'obtindre i seleccionar la informació i les fonts rellevants per a la solució de problemes i l'elaboració d'estratègies.

Que els estudiants siguen capaços de treballar en equip, de comunicar les pròpies idees i d'integrar-se en projectes comuns destinats a l'obtenció de resultats.

Que els estudiants tinguen capacitat d'adaptació als canvis tecnològics i sociolaborals.

Que els estudiants tinguen la capacitat i la creativitat necessàries per a assumir riscos expressius i



temàtics en el marc de les disponibilitats i terminis de la producció comunicativa, aplicant solucions i punts de vista fundats en el desenvolupament dels projectes.

## DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

### **1. Definició i caracterització d'interactiu i transmedia.**

- 1.1. Introducció a la comunicació i cultura digital.
- 1.2. Nous formats i convergència de mitjans i continguts. Disseny d'Interacció
- 1.3. Introducció a la comunicació amb dispositius mòbils. Les aplicacions i web apps.
- 1.4. La interfície i immersió digital. Usabilitat i Experiència d'Usuari

L'objectiu docent d'aquesta part és que l'estudiant aprenga a reconèixer els principis bàsics de funcionament de la interactivitat amb l'usuari i la seua importància en relació al disseny.

### **2. Disseny multimèdia i narrativa transmedia**

- 2.1. Principis universals del disseny aplicats a entorns multimèdia.
- 2.2. Branding i creació d'imatge de marca
- 2.3. Arquitectura de la Informació i disseny multimèdia: Wireframes i disseny de prototips.
- 2.4 Fonaments de la realitat i la ficció interactiva i transmedia.

L'objectiu per a aquest capítol se centra en que l'estudiant aprenga a reconèixer els principis bàsics pels quals es regeix un bon disseny visual en un marc participatiu i d'interacció amb l'usuari. Estudiar les maneres d'organització dels colors, les tipografies i les formes gràfiques simples, els seus trets definitoris, les estratègies per a combinar-los correctament i el seu simbolisme cultural. Introduir les possibilitats tècniques i expressives de la fotografia en l'àmbit multimèdia

### **3. Exploració i anàlisi de productes multimèdia. Edició i programari multimèdia**

- 3.1. Etapes en la creació de vídeos per a l' àmbit multimèdia: producció, distribució, promoció i monetització.



3.2. Gèneres audiovisuals de l'univers Internet.

3.3. Compressió de vídeo

3.4. Modalitats de producció i distribució de continguts audiovisuals i de so: multisuport, micromecenatge. Elaboració de podcasts, webs tv, YouTube, Twitch;

3.5. Etapes de la sonorització audiovisual.

3.6. Disseny sonor. Música. So i narrativa.

L'objectiu d'aquest apartat és doble: D'una banda, acostar a l'estudiant les diferents fases tècniques i creatives que comporta la producció de vídeos per a internet, des de la planificació i enregistrament fins a la distribució i la promoció en línia. D'una altra, donar a conèixer també alguns dels gèneres i models audiovisuals nascuts en l'era digital i transmèdia com a conseqüència directa de l'abaratiment dels costos i la democratització de les eines tecnològiques.

## **4. Màrqueting en línia i posicionament en internet**

4.1 Elaboració d'estratègies de màrqueting en línia: el mail màrqueting, Mitjà social Màrqueting i Display ads,

4.2 Posicionament en cercadors i programes d'afiliació: estratègies de SEU i creació de campanyes de SEM. Google analytics.

Introducció al màrqueting digital i a les estratègies de decisió de contingut pròpies de l'àmbit d'internet, entre els quals té gran importància entendre com els cercadors organitzen la informació digital basant-se en les paraules clau, la indexació de continguts, etc.

## **5. Etapes del Disseny d'un projecte interactiu**

Elaboració del document de disseny: Estudi previ del mercat, idea, objectius, usuaris, arquitectura i pla de finançament.

Es tracta que l'estudiant elabore totes les fases de un projecte interactiu que li possibilita, dins d'una dinàmica participativa i creativa, l'aprenentatge de les dinàmiques i eines digitals d'un procés de disseny i difusió d'un projecte multimèdia, així com una campanya de màrqueting digital.

## **Resultats d'aprenentatge**

Aquests continguts es plasmaran en els següents resultats d'aprenentatge:



- Conèixer els codis i modes de representació propis de la comunicació audiovisual.
- Assumir la responsabilitat d'un projecte propi.
- Desenrotllar un treball creatiu o d'investigació.
- Expressar intencionalitat en l'ús de les imatges.
- Aplicar solucions pròpies en el desenrotllament dels projectes audiovisuals.
- Definir temes d'investigació o creació personal innovadora.
- Exposar de forma adequada els resultats de la investigació de manera oral o per mitjans audiovisuals o informàtics.
- Treballar en equip.
- Posar en valor les pròpies propostes.
- Escriure textos adaptats al mitjà.
- Dissenyar estratègies visuals persuasives.
- Aplicar recursos i procediments d'ideació gràfica.
- Manejar les tecnologies aplicades als mitjans de comunicació.
- Executar plans de treball.

## VOLUM DE TREBALL (HORES)

### ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Laboratori	60,00
<b>Total hores</b>	<b>60,00</b>

### ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	0,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	30,00
Estudi i treball autònom	30,00
Preparació de classes	0,00
Preparació d'activitats d'avaluació	30,00
Resolució de casos pràctics	0,00
<b>Total hores</b>	<b>90,00</b>

## METODOLOGIA DOCENT

### Activitats presencials

La docència presencial seguirà les següents metodologies:

- **Lliçó magistral:** centrada fonamentalment en la introducció general de la matèria i les necessàries acotacions metodològiques que s'aplicaran al desenvolupament de cadascuna de les assignatures amb la finalitat de proporcionar una visió general dels continguts, les competències i les destreses que es pretenen adquirir, així com l'adquisició de les delimitacions conceptuals més rellevants i necessàries;



- **Estudi i anàlisi de casos:** Aportar les orientacions pertinents pel que fa al tractament dels textos proposats per a la lectura individual, anàlisi i estudi crític dels mateixos.
- **Exposició al aula i treball per grups:** Marcar les pautes per realitzar els treballs pràctics pel que fa a la metodologia i les tècniques d'estudi i investigació i adquisició de competències professionals específiques.

### Activitats no presencials

L'alumnat desenvoluparà les següents activitats no presencials:

- **Preparació d'activitats d'avaluació.** Preparació de l'exposició oral amb el material gràfic i audiovisual per a l'exposició a l'aula.
- **Estudi i treball autònom.** Consulta i estudi de la bibliografia per part de l'alumnat.
- **Elaboració de treballs en grup.** Realització de projectes audiovisuals i interactius en grup: realització de contingut audiovisual interactiu com a treball pràctic final de l'assignatura.

### Objectius de Desenvolupament Sostenible:

Aquesta assignatura té en compte especialment els següents Objectius de Desenvolupament Sostenible:

- **ODS 4, Educació de qualitat.** Meta 4, augmentar considerablement el número de joves i adults que tenen les competències necessàries, en particular tècniques i professionals, per accedir a l'ocupació, a la feina digna i a l'emprenedoria.
- **ODS 4, Educació de qualitat.** Meta 7, que l'alumnat adquireixi els coneixements teòrics i pràctics necessaris per promoure el desenvolupament sostenible, els drets humans, la igualtat de gènere, la promoció d'una cultura de pau i no violència, la ciutadania mundial i l'apreciació de la diversitat cultural, així com la contribució de la cultura al desenvolupament sostenible.

## AVALUACIÓ

El sistema general de qualificacions seguirà el Reglament d'avaluació i qualificació de la Universitat de València per a títols de grau i màster, aprovat pel Consell de Govern el 30 de maig de 2017 (ACGUV 108/2017).

### Primera convocatòria

L'avaluació en primera convocatòria es desenvoluparà del següent mode:

- **Prova escrita final: 70%.** Elaboració i la presentació d'un projecte per part de l'alumnat de forma tutoritzada sobre un tema delimitat. El treball haurà de reflectir l'aprenentatge teòric i pràctic de l'assignatura centrat en el disseny interactiu i el màrqueting digital. És recuperable en segona



convocatòria.

- **Presentació d'esquemes resums i textos proposats: 20%.** És recuperable en segona convocatòria.
- **Valoració d'actitud i participació a la dinàmica de classe: 10 %.** No és recuperable en segona convocatòria.

En tractar-se d'una assignatura de laboratori, per superar l'assignatura a la primera convocatòria, cal assistir almenys a un 80% de les classes.

### Segona convocatòria

L'avaluació en segona convocatòria mantindrà, si fora el cas, les qualificacions obtingudes en els blocs aprovats en la primera. L'avaluació dels blocs suspesos o no presentats es realitzarà del següent mode:

- **Prova escrita final: 70%.** Elaboració i la presentació d'un projecte per part de l'alumnat de forma tutoritzada sobre un tema delimitat. El treball haurà de reflectir l'aprenentatge teòric i pràctic de l'assignatura centrat en el disseny interactiu i el màrqueting digital. És recuperable en segona convocatòria.
- **Presentació d'esquemes resums i textos proposats: 20%.** És recuperable en segona convocatòria.
- **Valoració d'actitud i participació a la dinàmica de classe: 10%.** No és recuperable en segona convocatòria. Es mantindrà la qualificació obtinguda en la primera convocatòria.

En la segona convocatòria, l'alumnat pot recuperar l'assignatura sense que siga necessari haver assistit al 80% de les classes.

### Observacions

- Tant en l'examen com en la resta de proves, exercicis o treballs escrits s'exigirà correcció ortogràfica i gramatical. Cada falta comportarà una reducció de la qualificació obtinguda, que pot arribar fins al suspens.
- En el cas de comprovar-se plagi en un treball d'avaluació, aquest es podrà puntuar amb la qualificació numèrica de zero, amb independència del procediment disciplinari que es puga incoar i, si escau, de la sanció que siga procedent d'acord amb la legislació vigent.
- L'honestedat intel·lectual és vital en les comunitats acadèmiques, i per a la justa avaluació del treball de l'estudiantat. Tots els treballs presentats en aquest curs han de ser d'autoria original. No s'admetran treballs en els quals es faça ús de col·laboració fraudulenta o la composició amb l'ajuda d'intel·ligència artificial (ChatGPT o altres), excepte si la seua utilització forma part dels continguts de l'assignatura o està autoritzada pel professorat que la imparteix.

## BIBLIOGRAFIA

### Referències bàsiques



- BOU BAUZÁ, GUILLEM, *El guió 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

### Referències complementàries

- 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 Eunete, Pamplona, 2021.
- RIBAS, JOSEP IGNASI "Integración de medios en el discurso interactivo: el caso de la difusión cultural" *Cuadernos del CAC* N ° .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.