

Nombre de la Asignatura: Proyecto Editorial Multimedia

a) Generalidades:

Número de Orden: 44	Código: PEM0	Duración del Ciclo en Semanas: 16
Pre- Requisito (s):	Ciclo Académico: X	Duración/Hora Clase: 50 minutos
Electiva 2: Proyecto Editorial Audiovisual (PEA0)	Área: Profesionalización (Comunicación y Cultura)	Número/Hora Clase por Ciclo: 112
	U. V.: 5	Horas Teóricas/Semanales: 3
		Horas Prácticas/Semanales:4

b) Descripción de la Asignatura:

Este curso inicia con la introducción y desarrollo de los principales temas relacionados con los diferentes lenguajes y multimedia, entendiendo ésta como la combinación de texto, arte gráfico, sonido, animación y vídeo que llega a nosotros por computadora u otros medios electrónicos. La asignatura permitirá adentrarse en el estudio de la estructuración de las diferentes formatos que intervienen en su diseño y en el conocimiento e identificación de los géneros multimedia. A partir del estudio teórico fundamental, se llegará a plantear un proyecto multimedia completo, el cual quedará plasmado en un demo o piloto, que se realizará con la ayuda de los conocimientos adquiridos en todo curso y con el uso de los programas TIC correspondientes.

c) Objetivo General de la Asignatura:

Obtener una visión integral en los procesos que intervienen en la creación multimedia y saber manejarlos de manera creativa y competitiva en el campo de las comunicaciones.

Objetivos Cognitivos (conocer):

- Conocer, conceptualizar e identificar todos los elementos y técnicas necesarios para plantear un proyecto multimedia
- Desarrollar la comprensión y las habilidades necesarias en las distintas funciones de cada programa susceptible de intervenir en el proyecto.
- Estudiar el público meta y sus expectativas

Objetivos Procedimentales (saber hacer):

- Sensibilizar al estudiante sobre la innegable importancia y auge que ha tomado la comunicación multimedia y las exigencias actuales del entorno en su desempeño profesional
- Investigar a profundidad un tema y desarrollarlo creativamente con los recursos multimedia
- Manejar el software o programas pertinentes que permitirán trasladar el concepto del proyecto a un lenguaje multisensorial
- Aplicar varias herramientas de los programas de software tradicionalmente utilizados en producción editorial, como son FREE-HAND, PHOTOSHOP, Corel Draw, Paint, BMP, GIF, JPEG, MIDI, WAV y otros

Objetivos Actitudinales (ser):

- Reconocer valores en el contenido de publicaciones actuales (o la falta de ellos) para plasmarlos en sus comunicaciones, aplicarlos en su vida académica y laboral y promoverlos en la cultura actual
- Diseñar un proyecto multimedia que se apegue a las necesidades educativas, sociales y culturales de los diferentes públicos.
- Generar una actitud favorable hacia la continua investigación, discusión y proposición de proyectos editoriales audiovisuales.

d) Contenidos:

UNIDAD I: Comprensión del lenguaje multimedia

Lenguaje y narrativa audiovisual:

- ¿Qué es multimedia?
- Texto. Sonido. Imágenes. Animación. Video
- Multimedia interactiva e hipermedia
- Productos multimedia y lenguaje HTML
- usos del multimedia
- a. Educación y entrenamiento con ayuda de computadoras

- b. Información y referencias
- c. Entretenimiento y juegos
- d. Presentaciones
- e. Puntos de información (kioscos) interactivos

UNIDAD II: Elementos que componen el multimedia

1. Audiencia
2. Expertos en Contenido
3. Profesionales Gráficos
4. Profesionales de Sonido
5. Animadores
 - Animadores en 2D
 - Animadores en 3D
6. Profesionales de Vídeo
7. Diseñadores de Información, Diseñadores de Interfaz y Programadores

UNIDAD III : De la idea al proyecto multimedia: Diseño del proyecto multimedia

- Definición, análisis y determinación de necesidades de audiencias: Investigación documental, investigación de campo e investigación online
- Objetivos
- Tema
- Justificación para diseñar el proyecto
- Evaluación del proyecto
- Plan de trabajo (roles, tareas y objetivos intermedios a desarrollar)
- Estudio preliminar de costos (presupuesto)
- Desglose de responsabilidades
- Plan de acción y montaje
- Presentación del proyecto
- Evaluación

a) Estrategia Metodológica:

La asignatura se desarrollará con un porcentaje de 43% en su parte teórica, dándosele un 57% a la parte práctica.

A partir de una revisión bibliográfica, del análisis y de la síntesis de ese material (la revisión bibliográfica la conforman un conjunto de libros, revistas, publicaciones, monografías y documentos en soporte electrónico, que se encuentra situada en las salas de ICT, Página WEB, INTERNET, Trabajos de Curso, Revistas y para sintetizar todas las citas, apuntes, datos tomados al respecto), se emprenderá la realización de la interfase, utilizando los softwares más actualizados. Para la realización de las imágenes se utilizará Adobe Photoshop 7.0. La presentación y análisis de los resultados, en los

que se obtendrá la interfase de la MULTIMEDIA y un producto breve por grupo de trabajo. Se harán revisiones periódicas del proceso de aprendizaje y aplicación de conocimientos.

f) Bibliografía:

Nombre de la Obra	Autor	Casa editora	País	Año de edición	Número de ejemplares en biblioteca
<i>Estética del Discurso Audiovisual</i>	Huertas, L.F	Editorial Mitre	España	1994	3
<i>Introducción al Lenguaje Audiovisual</i>	González Morantes	Editorial Mitre	España	1994	3
<i>La Revolución de los blogs</i>	José Luis Orihuela Colliva	La esfera de los libros	España	2006	3
<i>La Comunicación no Verbal</i>	Knapp, Mark L.	Paidós	México	2009	3
<i>Comunicación en un Mundo Cambiante .</i>	Dobkin, Bethami A.	Mc Graw Hill	México	2003	3
<i>Signos, Símbolos, Marcas, Señales</i>	Fritiger, Adrian	GG Diseño	Barcelona, España	1997	3
<i>Documentación Multimedia. El tratamiento automatizado de la información periodística, audiovisual y publicitaria</i>	López Yepes, Alfonso	Universidad Pontificia de Salamanca	Salamanca, España	1993	En proceso de compra (3)
<i>La documentación electrónica en los medios de comunicación</i>	Marcos Recio, Juan Carlos	Fragua	Madrid, España	1999	En proceso de compra (3)
<i>La magia de multimedia</i>	Jamsa, Kris	McGraw Hill	México	1994	En proceso de compra (3)