



FORMATO CARTA DESCRIPTIVA DEL CURSO



Código: FO-MI-108

Versión: 1

Fecha: 27-04-2011

FACULTAD:	Comunicación Social y Publicidad		
PROGRAMA:	Publicidad		
NOMBRE DEL CURSO:	Multimedia y nuevos medios		
PLAN DE ESTUDIOS:	PU01	CRÉDITOS:	4
CÓDIGO CURSO:	PU026	NIVEL:	5
ÁREA O COMPONENTE DE FORMACIÓN:	Profesional		

I. JUSTIFICACIÓN DEL CURSO

Los nuevos medios de los que se vale la publicidad para impactar a audiencias mucho más exigentes en cuanto a aspectos tecnológicos y conceptuales, obligan a mantener una actualización permanente en dichos aspectos.

La publicidad busca crear productos de innovación que dinamicen campañas, obtengan mayor cobertura a Targets y arrojen resultados en cuanto a competitividad y persuasión a la audiencia en general. Es por lo anterior, que el publicista debe conocer y aplicar nuevos medios al desarrollo de sus propuestas para campañas, basado en un mundo más competitivo y globalizado.

De igual manera, las empresas requieren de la presencia y desarrollos digitales y por ello el curso de Multimedia y Nuevos Medios dota al estudiante de competencias necesarias para crear productos digitales animados con objetivos comerciales (publicitarios), educativos, y propagandísticos.

Es esencial que el estudiante construya mensajes audiovisuales a partir de los conceptos, el formato y el espacio, más allá de los instrumentos y herramientas utilizadas para el desarrollo de todas las competencias integrales en este tipo de comunicación digital.

II. OBJETIVOS ESENCIALES

- Aplicar herramientas digitales para el desarrollo de animaciones, tanto para presentaciones de productos, piezas multimediales, infografías publicitarias que le sirvan para el desarrollo de campañas de toda índole.
- Conocer nuevos medios y aplicativos que puedan ser utilizados como soporte o medios digitales a campañas publicitarias de toda índole.

III. OBJETIVOS COMPLEMENTARIOS

- Identificar los formatos de la Multimedia e hipermedia y nuevos medios
- Conceptualizar el diseño de productos hipermediales y multimediales y nuevos medios
- Planificar el desarrollo de las comunicaciones multimedia e hipermedia y nuevos medios
- Editar y maquetar animaciones y comunicaciones multimedia e hipermedia y nuevos medios
- Crear interacciones en multimedia e hipermedia y nuevos medios
- Desarrollar proyectos y productos publicitarios animados y audiovisuales en multimedia e hipermedia y nuevos medios

IV. COMPETENCIAS

Genéricas:

- Interactúa consigo mismo, con otras personas, con empresas, agencias publicitarias y en general con comunidades que requieren de su saber profesional
- Integra la teoría con la práctica desde el saber publicitario al dar respuesta a diferentes problemáticas sociales través del desarrollo de campañas de toda índole
- Analiza aspectos de la realidad social y los incorpora a lo requerido por la sociedad de consumo.
- Resuelve problemas con propuestas innovadoras según el contexto socio-cultural sobre productos y servicios.

Por componente:

- Desarrolla destrezas en el uso de herramientas digitales de diseño gráfico publicitario; habilidades que le sirven para crear piezas para campañas de toda índole.
- Utiliza las nuevas tecnologías para el desarrollo de medios en el contexto del ATL y BTL, y en general, como soporte para la realización de campañas publicitarias de toda índole.

Particulares:

- Maneja y aplica herramientas digitales, para el diseño de piezas multimediales enfocadas a campañas que requieran de dichos desarrollos como soporte a los nuevos medios.
- Explora nuevos medios digitales, conceptualiza y aplica los conocimientos y destrezas adquiridas al desarrollo de campañas que requieran del uso de herramientas audiovisuales-digitales.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

Introducción y conceptos Multimedia: Parámetros iniciales de la teoría Multimedia y conceptualización del producto

Hipertexto y Multimedia: Hipermedia.

Estructuras para Multimedia e Infografías: parámetros culturales del uso de la Multimedia en el contexto cultural y su aceptación como forma integradora y comunicativa.

- El Guión Multimedia
- El Story Board
- Presentaciones Multimedia
- Infografías animadas

Estructura, creación de Multimedia y Infografías: Tipos de Multimedia y aplicativos en las empresas y entidades, desarrollo de presentaciones e Infográficos.

- Multimedia Corporativa
- Multimedia de Entretenimiento
- Hipermedia

Editor Multimedia y Animación

Editores de Imagen para Multimedias e Infografías

Nuevos medios

Desarrollo Multimedia y Taller Central (Entrega final) – trabajo de desarrollo y sustentación.

VI. METODOLOGÍA

El curso se desarrollará haciendo una combinación entre la exposición magistral, explicación a través del computador, desarrollo de talleres, acompañamiento del estudiante, análisis y desarrollos e investigación por parte del estudiante. El docente mediará los contenidos a través de un Sitio Web del curso o de un AVA (Ambiente virtual de Aprendizaje) que estará en constante actualización para brindarle al estudiante nuevas herramientas, rutas e información. Metodológicamente, una de las dos sesiones semanales se utilizará para taller o laboratorio de contenidos y la siguiente sesión será magistral.

El docente motivará al estudiante para que los productos realizados se publiquen en Blog personales, Sitios Web o Redes sociales. El trabajo del estudiante es totalmente individual. Asimismo se prevé las siguientes estrategias:

Exposiciones del profesor

Consultas y exposiciones de los estudiantes

Análisis permanente de imágenes móviles

Lectura de documentos y foros

Informes escritos y ensayos

Talleres teóricos y prácticos

VII. PROCESO DE EVALUACIÓN

A través de talleres (Incluido taller central como propuesta de validación grupal, por parte del cuerpo profesoral del programa), proyectos creativos y el seguimiento del estudiante por medio del Portafolio Personal de Desempeño. Se aplicarán pruebas tipo Saber Pro, según directrices del programa de Publicidad.

El estudiante evidenciará a través de una plataforma digital/virtual como un Blog personal o un Sitio Web, todo su proceso de formación y productos realizados en clase.

VIII. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA TEXTOS Y CAPÍTULOS DE TEXTOS, CIBERGRAFÍA

WOODS, P.S. (2002). Programación de Flash MX. España: McGRAW-HILL.

WEBER, Mc (2005) Multimedia Design, Cornick – England: Bumer Edit.

POWELL, Thomas A. (2001). Diseño de Sitios Web. España: McGRAW-HILL.

Bruner, Rick E. / Harden, Leland / Heyman, Bob (2001). Netresult 2: Ganancias en la web. Ed. Prentice Hall

Calvo Fernández, S. / Reinares Lara, P. (2001). Comunicación en Internet: Estrategias de márketing y comunicación interactiva. Ed. Paraninfo

De la Rica, Enrique (2000). Marketing en Internet y e-business. Ed. Anaya Multimedia

Nielsen, Jakob / Tahir, Marie (2002). Usabilidad de páginas de inicio: Análisis de 50 sitios web. Ed. Alhambra-Longman

Nielsen, Jakob (2000). Usabilidad: diseño de sitios web. Ed. Alhambra-Longman

Orihuela, J. L. / Santos, M. L. (1999). Introducción al diseño digital. Concepción y desarrollo de proyectos de comunicación interactiva. Ed. Anaya Multimedia

Tomsen, Mai-Lan (2000). Contenidos web. Estrategias para comercio electrónico y creación de contenidos. Ed. Alhambra-Longman

Veen, Jeffrey (2001). Arte y ciencia del diseño web. Editorial Alhambra-Longman

J. Brunold / H. Merz / J. Wagner (2002). Comunidades Virtuales. Ed. Deusto

Kristof, R. & Satran, A. Diseño interactivo. Biblioteca Profesional de Diseño. Anaya Multimedia.

D.A. Dondis. La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual. Gustavo Gili. Barcelona.

IX. ARTÍCULOS DE REVISTAS INDEXADAS

Fajardo Fajardo, Carlos. Hacia una estética de la cibercultura. Revista Universidad Humanística Pontificia Javeriana, Santa Fe de Bogotá, #48, Julio- Diciembre 1999, Pág.113 - 126.

X. BIBLIOGRAFÍA EN INGLÉS

Bush, V. (1945). As we may think. *Atlantich Montly. Volume (176)*, 101-108

Nielsen, J. (2001). *Designing Web Usability*, Indianápolis: New Riders (es. Cast. Usabilidad. Diseño de sitios web, Madrid: Prentice Hall).

XI. BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFÍA COMPLEMENTARIA

APRENDER PHOTOSHOP CS4 CON 100 EJERCICIOS PRÁCTICOS. MEDIAACTIVE. Marcombo. 214 páginas. Idioma: Español.ISBN: 8426715354. 1 edición (06/02/2009)

APRENDER ILLUSTRATOR CS4 CON 100 EJERCICIOS PRACTICOS. MEDIAactive. Marcombo. 214 páginas. Idioma: EspañolISBN: 8426715532. 1 edición (02/04/2009)

Introducción a la teoría de la imagen. Justo Villafañe Gallego. Ed. Piramide. 232 páginas.ISBN: 8436802632. 5 edición (11/2001)

Imagen digital. Munárriz Ortiz, Jaime. Tursen S.A. – H. Blume. 224 páginas. ISBN: 8489840342. 1 edición

(21/12/2006)

Cibergrafía:

1. <http://www.adobe.es>
2. <http://www.newsartesvisuales.com/>
3. <http://www.cristalab.com/>
4. <http://www.tallerwebmaster.com/tutoriales.html>
5. <http://www.aulaclie.es/flashcs3/>
6. <http://www.cursosadobe.es/>
7. http://www.hellogoogle.com/posicionar_web_en_flash/
8. <http://photoshop-designs.com>
9. <http://solophotoshop.com>

ELABORADO POR: Edwin Andrés Sepúlveda Cardona

FECHA ELABORACIÓN: 19 de julio de 2011

Revisó

Rafael París

Coordinador de área

Firma

Verificó

Rafael Vargas Cano

Coordinador o Dir. de Programa

Firma

Validó

Ancízar Vargas León

Decano de Facultad

Firma