

## **25367 - Creación de productos sonoros transmedia**

### **Información del Plan Docente**

**Año académico:** 2024/25

**Asignatura:** 25367 - Creación de productos sonoros transmedia

**Centro académico:** 103 - Facultad de Filosofía y Letras

**Titulación:** 272 - Graduado en Periodismo

**Créditos:** 6.0

**Curso:**

**Periodo de impartición:** Primer cuatrimestre

**Clase de asignatura:** Optativa

**Materia:**

### **1. Información básica de la asignatura**

El proceso de aprendizaje pretende adecuar la formación del estudiantado al mercado radiofónico actual y, en especial, a la realización de piezas sonoras de carácter transmedia en diversos géneros periodísticos. Se desarrollarán todas las fases y actividades de producción, desde la idea hasta la edición, teniendo en cuenta las diferentes características que deben contener los productos sonoros transmedia en función del tipo de plataforma en la que podrían incluirse y del público destinatario. Se conocerán las prácticas de creación sonora más innovadoras en el desarrollo de productos periodísticos.

### **2. Resultados de aprendizaje**

Los resultados de aprendizaje se derivan directamente de la adquisición de las siguientes competencias:

1. Planificar, diseñar las etapas de desarrollo y realización de un producto sonoro de carácter transmedia.
2. Gestionar y aplicar los conocimientos formales y los procesos técnicos a la realización de un producto sonoro innovador.
3. Abordar cada una de las fases de producción de un producto sonoro de calidad estándar y duración media, sabiendo buscar y gestionar la información y los recursos para su desarrollo.
4. Cuidar el lenguaje radiofónico en la elaboración del guion, así como los criterios de calidad en la organización y estructura.
5. Producir un producto sonoro periodístico atendiendo a indicadores de calidad, según los recursos disponibles y aplicando las técnicas de realización adecuadas para conseguir desarrollar la idea inicial.
6. Realizar análisis críticos de productos transmedia de base sonora, según las distintas vertientes del criterio periodístico.
7. Diseñar una estrategia de promoción de su producto sonoro a través de la edición de píldoras de audio y vídeo, así como de contenidos para redes sociales y diseño de identidad visual del proyecto.

### **3. Programa de la asignatura**

1. Géneros radiofónicos y piezas sonoras. Aplicaciones, diferencias y complementariedad.
2. La creación sonora desde nuevas perspectivas. Formas de contar desde lo sonoro.
3. Mercado radiofónico actual de los productos sonoros transmedia. Innovación y desarrollo de productos periodísticos y divulgativos.
4. La incorporación de lo transmedia al proyecto sonoro: creación en redes, plataformas y podcasting.
5. Creación de productos sonoros propios. De la idea a la audiencia.

### **4. Actividades académicas**

Clase expositiva.

Análisis de piezas informativas de diverso tipo.

Elaboración de piezas informativas en situaciones diversas.

Evaluación.

### **5. Sistema de evaluación**

#### **PRIMERA CONVOCATORIA.**

##### ***Evaluación continua (100%) (en su caso).***

- Prueba 1: Elaboración de un análisis de caso y una propuesta de producto sonoro transmedia. Valor: 10% (un 5% cada uno de ellos).

- Prueba 2: Producción de piezas sonoras de distintas tipologías. Se elaborarán cuatro piezas sonoras que posteriormente deberán integrarse en el producto sonoro profesional. Valor: 40% (un 10% cada pieza).

- Prueba 3: Producción de una pieza sonora de mayor duración: realización de un género radiofónico grupal con calidad profesional y carácter innovador. Valor: 25%.

- Prueba 4: Trabajo final: Diseño, guion, edición y producción de un producto sonoro con calidad profesional que tenga una dimensión transmedia. Valor: 25%.

Criterios de evaluación: capacidad de análisis crítico de productos sonoros, planificación y diseño de un producto periodístico sonoro profesional, calidad de los contenidos y los aspectos formales de las piezas sonoras creadas, capacidad de innovación y creatividad en el espectro sonoro actual, eficacia en la estrategia de promoción de un producto sonoro.

***Evaluación global (100%).***

Entrega de un portfolio con las cuatro actividades de la evaluación continua. Mismos criterios de evaluación.

**SEGUNDA CONVOCATORIA.**

***Evaluación global (100%) idéntica a la de la 1.ª convocatoria.***

## **6. Objetivos de Desarrollo Sostenible**

4 - Educación de Calidad

5 - Igualdad de Género

17 - Alianzas para lograr los Objetivos