

Guía docente de la asignatura

**Prácticas en Empresas
Multimedia**Fecha última actualización: 13/07/2021
Fecha de aprobación por la Comisión Académica: 20/07/2021**Máster**

Máster Universitario en Nuevos Medios Interactivos y Periodismo Multimedia

MÓDULO

Prácticas Externas

RAMA

Ciencias Sociales y Jurídicas

CENTRO RESPONSABLE DEL TÍTULO

Escuela Internacional de Posgrado

Semestre

Segundo

Créditos

9

Tipo

Obligatorio

Tipo de enseñanza

Presencial

PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES

Para la realización de las Prácticas en empresas multimedia los alumnos habrán debido de superar el conjunto de las materias básico-metodológicas y obligatorias, es decir, 27 ECTS correspondientes a los dos primeros módulos.

BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (Según memoria de verificación del Máster)

Siguiendo las pautas y el protocolo de realización de Prácticas curriculares en empresa de la UGR, según el BOE nº 297 10 dic. 2011, y de la normativa de prácticas de la Facultad de Comunicación y Documentación (aprobada en Junta Ordinaria de Facultad el 21 de mayo de 2013), los alumnos se integrarán en equipos de trabajo de las empresas e instituciones con las que la UGR y la Facultad han establecido los convenios correspondientes, contando con dos tutores, uno profesional y otro académico, que harán el seguimiento, apoyo y evaluación de la actividad y aprendizaje que tenga lugar durante la realización de dichas prácticas.

Los perfiles de actividad que se prevén en función de la naturaleza de las empresas e instituciones colaboradoras son:

- Redacción periodística y realización de piezas informativas audiovisuales, multimedia y/o interactivas para las webs de medios de comunicación: RTVA (Canal Sur), RTVE (RNE), Granada Hoy (Jolly), IDEAL (Vocento), Lavinia S.A. (informativos Cuatro/Telecinco), La Opinión (Málaga), TG7 (Ayunt. Granada), etc.
- Infografía, visualización de información y storytelling basado en datos en medios de



comunicación: RTVA (Canal Sur), Granada Hoy (Jolly), IDEAL (Vocento), Lavinia S.A. (informativos Cuatro/Telecinco); La Opinión (Málaga), TG7 (Ayunt. Granada), etc.

- Redacción y realización de piezas radiofónicas (creación de obras radiofónicas lineales y no lineales): RNE.
- Producción de espectáculos y festivales y post-producción audiovisual para la realización de contenidos interactivos: Festival de Música y Danza de Granada, Festival Internacional Cines del Sur (Agencia Andaluza de Instituciones Culturales).
- Realización y montaje de piezas audiovisuales con desarrollos multiplataforma y transmedia: Fandroid Entert., MetroMunster, ASAD / La Edi[T]ora, Parque de las Ciencias de Granada, erranT.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS

- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS GENERALES

- CG01 - Exponer de forma adecuada los resultados de una investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los principios disciplinares básicos de las ciencias de la comunicación.
- CG02 - Apreciar el papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos individual, social, cultural y político de la comunicación no sólo como práctica profesional, sino como dimensión transversal propia de las sociedades contemporáneas.
- CG04 - Ser capaz de integrarse en equipos de trabajo, con capacidad para gestionar con solvencia la distribución de tareas, gestión del tiempo y adecuación de recursos y métodos a los objetivos propuestos.
- CG06 - Demostrar la conducta ética y la adecuación deontológica que debe presidir el quehacer de las personas dedicadas a la información y a la comunicación con arreglo al compromiso cívico derivado de la comunicación social como bien público.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE27 - Capacidad para integrarse en un ámbito profesional real, en empresas o



instituciones vinculadas a la comunicación periodística o audiovisual con un perfil multimedia y/o digital interactivo, poniendo en práctica el resto de competencias específicas adquiridas a lo largo de la formación en el título.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT02 - Usar adecuadamente las herramientas tecnológicas implicadas en las diferentes fases del proceso audiovisual para la creación y producción de imágenes y discursos audiovisuales de calidad.
- CT04 - Poseer conocimientos avanzados del entorno económico, político, social y cultural que sirvan de soporte para interactuar e intervenir profesionalmente en los ámbitos del periodismo y los nuevos medios de comunicación contemporáneos.
- CT05 - Utilizar los principios y valores constitucionales como herramientas de trabajo en el desempeño de actividades comunicativas.
- CT06 - Conocer las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y el respeto por los derechos humanos.
- CT07 - Reconocer los principales cambios que la institucionalización de Internet como medio masivo de comunicación conlleva para el periodismo multimedia y la comunicación audiovisual en medios interactivos.
- CT08 - Hacer un uso adecuado de plataformas tecnológicas existentes para la gestión, el almacenamiento y la distribución de contenidos comunicativos entre diferentes medios digitales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

- Los alumnos desarrollarán los conocimientos y habilidades adquiridas durante su formación académica, aplicándolas a entornos profesionales relacionados con los perfiles delineados en el plan de estudios.
- Los alumnos acumularán una experiencia valiosa y se familiarizarán con las prácticas profesionales y metodologías organizativas y relacionales de los distintos tipos de empresas e instituciones integradas en el catálogo de convenios de la UGR/Facultad de Comunicación.
- Los alumnos habrán establecido contactos que serán relevantes para la inmediata incorporación al mercado de trabajo en las áreas profesionales para cuya capacitación se ofrece este título.

PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

TEÓRICO

Dada la naturaleza especial de esta asignatura, no existe un temario específico.

PRÁCTICO

Dada la naturaleza especial de esta asignatura, no existe un temario específico.

BIBLIOGRAFÍA



BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

- AA.VV. El libro blanco del audiovisual. Cómo producir, distribuir y financiar una obra audiovisual. Madrid: Écija & Abogados Asociados.
- ACADEMIA DE LAS ARTES Y LAS CIENCIAS DE LA TELEVISIÓN (2010). La industria audiovisual en España. Escenarios de un futuro digital. Madrid: Academia de la TV.
- ANGULO, María (coord.) (2014). Crónica y mirada. Aproximaciones al periodismo narrativo. Madrid: Libros del K.O.
- ARNAZ, Carlos M. (2002). Negocios de televisión. Transformación del valor en el modelo digital. Barcelona: Gedisa.
- ARTERO, Juan Pablo (2007). El mercado de la televisión en España: Oligopolio. Barcelona: Deusto.
- BERNAL TRIVIÑO, Ana I. (2014). Herramientas digitales para periodistas. Guía práctica para el periodismo online. Barcelona: UOC.
- BUSTAMANTE, E. (coord.), (2003). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa.
- BUSTAMANTE, E. (2001). La televisión económica: financiación, estrategias y mercados. Barcelona: Gedisa.
- CHION, M. (1992). El cine y sus oficios. Madrid: Cátedra.
- DÍAZ, J.; SALAVERRÍA, R. (coords.) (2003). Manual de redacción ciberperiodística. Barcelona: Ariel.
- EGEDA. Panorama audiovisual. Madrid: Egeda, edición anual.
- FERNÁNDEZ DÍEZ, F. & BARCO, C. (2009). Producción cinematográfica. Del proyecto al producto. Madrid: Díaz de Santos.
- FERNÁNDEZ DÍEZ, F. & BLASCO, J. (1995). Dirección y gestión de proyectos. Aplicación a la producción audiovisual. Barcelona: Universidad Politécnica de Catalunya.
- FRANCO, M. y PELLICER, M. (2014). Optimismo para periodistas. Claves para entender los nuevos medios de comunicación en la era digital. Barcelona: UOC
- MARTÍNEZ ABADÍA, J. & FERNÁNDEZ DÍEZ, F. (1994). La dirección de producción para cine y televisión. Barcelona: Paidós.
- LÓPEZ GARCÍA, X.; PEREIRA FARIÑA, X. (coords.) (2010). Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España. Santiago: Universidad de Santiago de Compostela.
- GUALLAR, J.; LEIVA-AGUILERA, J. (2013). El content curator. Guía básica para el nuevo profesional de internet. Barcelona: UOC.
- PESCADOR, Darío (2003). Periodistas multimedia. Los nuevos narradores. Cuadernos del Congreso de Periodismo Digital de Huesca. Huesca: Asociación de la Prensa de Aragón.
- REA, Peter W. & IRVING, David K. (2000). Producción y dirección de cortometrajes y videos. Madrid: IORTV.
- SAINZ, M. (2002). El productor audiovisual. Madrid: Síntesis.
- SALMON, Christian (2008). Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes. Barcelona: Península.
- YUSTE, B. y CABRERA, M. (2014). Emprender en periodismo. Nuevas oportunidades para el profesional de la información. Barcelona: UOC.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ENLACES RECOMENDADOS



- Bajak, A. (2015). "Inside the New York Times' Innovative Coverage of Europe's Refugee Crisis", Mediashift, 5 de octubre. Disponible en: <http://mediashift.org/2015/10/inside-the-new-york-times-coverage-of-europes-refugee-crisis/>
- Carr, J.; Barnidge, M.; Gu, B.; Jean, S. (2014). "Cynics and Skeptics. Evaluating the Credibility of Mainstream and Citized Journalism", Journalism & Mass Communication Quarterly, 91(3): pp. 452-470.
- Clases de Periodismo (2015). "Lectores sí leen textos largos si confían en el medio", Clasesdeperiodismo.com, 9 de septiembre. Diponible en: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2015/09/14/lectores-si-leen-textos-largos-si-confian-en-el-medio/>
- Groot, T. y Costera, I. (2014). "Checking, sharing, clicking and linking. Changing patterns of news use between 2004 and 2014", Digital Journalism, (5)5: pp. 632-641.

Otros enlaces:

- Fundación Audiovisual de Andalucía: <https://fundacionava.org/>
- Ocupatic: <https://ocupatic.fundacionava.org/inicio/index.php>
- Mercado Laboral en audiovisual (Fundación Audiovisual de Andalucía): <https://www.fundacionava.org/?section=bolsa-de-empleo&action=listar>
- Socialholic: <https://www.territoriocreativo.es/socialholic>
- Cuadernos Evoca - Diez años de periodismo digital en España: <http://www.publiteca.es/2014/04/diez-anos-de-periodismo-digital-en.html> / <http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos10.pdf>
- Universitat Oberta de Catalunya (2017). Experiencias con móviles en periodismo: https://www.youtube.com/watch?v=8367N_Whwmk&t=214s
- Universitat Oberta de Catalunya (2018). Periodismo móvil y derechos humanos: <https://www.youtube.com/watch?v=ar9n9Jym2Ds&t=1s>

METODOLOGÍA DOCENTE

- MD02 Sesiones de discusión y debate

EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

EVALUACIÓN ORDINARIA

El sistema de calificaciones se expresará mediante calificación numérica de acuerdo con lo establecido en el art. 5 del R. D 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en el territorio nacional. Todo lo relativo a la evaluación se registrará por la normativa vigente de la Universidad de Granada.

El artículo 17 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que la convocatoria ordinaria estará basada preferentemente en la evaluación continua del estudiante, excepto para quien se le haya reconocido el derecho a la evaluación única final.

- Al final del periodo de prácticas, los alumnos, siguiendo la normativa, deberán obtener el informe final del tutor de prácticas, donde se reflejará el grado de satisfacción del tutor-empresa con la labor del estudiante en prácticas (cumplimiento de las tareas, actitud y



puntualidad, capacidad de proponer ideas y soluciones innovadoras a las tareas o problemas encontrados, integración en labores de trabajo en equipo, etc.) con una valoración numérica del 1-10. Dicha valoración supondrá el 60% de la nota final de la asignatura.

- Dicho informe será adjuntado al segundo documento necesario, la Memoria Final de Prácticas.
- Dicha Memoria final de práctica, consistente en un texto de entre 15 y 20 páginas, tendrá la siguiente estructura y contenidos:
 - A) Presentación del centro-destino-empresa de prácticas (perfil, ámbitos profesionales, posición en relación a las industrias de la comunicación en nuevos medios y el periodismo multimedia)
 - B) Memoria de tareas, labores, funciones desarrolladas en el periodo de prácticas y el grado de correlación con las materias y competencias desarrolladas en el máster.
 - C) (Auto)valoración y conclusiones sobre el periodo de prácticas: grado de satisfacción con la experiencia acumulada y las competencias adquiridas o reforzadas gracias a dichas prácticas.
- Esta memoria será valorada con hasta un 40% de la calificación de la asignatura.
- El trabajo será subido en formato PDF con el formato Apellido_Nombre_MemoriaPrácticas_Máster2019-20

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

Se seguirá el procedimiento anteriormente citado.

EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

Dada la naturaleza de la asignatura, no es aplicable. En tal caso, el alumno deberá optar por la convalidación de prácticas siguiendo la normativa de reconocimiento de créditos de la EIP.

