



# Guía Docente

## Curso Académico 2025/26

### Datos Generales

---

Asignatura: COMUNICACIÓN MULTIMEDIA.

Titulación: GRADO EN MULTIMEDIA.

Carácter: OBLIGATORIA.

Créditos ECTS: 6 ECTS.

Curso: 1º

Distribución temporal: 1ER SEMESTRE

Idioma de impartición: CASTELLANO.

Equipo docente: Aiskoa Pérez Alonso.

### Presentación de la asignatura

La asignatura, a través de un desarrollo teórico-práctico, tiene como objetivo reflexionar sobre el nuevo contexto que genera la era de la información así como realizar un análisis de las nuevas oportunidades, desafíos y responsabilidades que la comunicación digital presenta en la sociedad actual.

Para ello se pondrá la atención en el estudio de los procesos comunicativos, los elementos que los constituyen y de las estructuras en las que se integran, con especial atención al papel de los multimedia y su influencia en la configuración de los modelos sociales contemporáneos. Se busca acercar al alumno a la comprensión de dicha disciplina, entendiendo sus lenguajes y desarrollando la capacidad de moverse por los diferentes formatos y plataformas, además de lograr la adquisición de procedimientos de análisis, reflexión crítica e investigación del conjunto de la acción comunicativa.

### Datos Específicos

---

#### Resultados del proceso de formación y aprendizaje (RFA)

Contenidos (CON)	RA1	Acometer tareas relacionadas con la Multimedia.
	RA3	Conocer los fundamentos de la generación de imágenes y el diseño gráfico, la creatividad y la comunicación de mensajes narrativos.
	RA4	Trabajar con la multidisciplinariedad de la Multimedia.
Habilidades (COM)	CG1	Desarrollar habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas para aplicarlas en los asuntos a resolver.
	CG4	Trabajar en equipo, participando activamente en las tareas y



# Guía Docente

## Curso Académico 2025/26

		siendo capaz de comunicarse adecuadamente en todos los ámbitos.
	CG5	Sintetizar materias básicas, narrativas, psicológicas, tecnológicas y estéticas, que les capaciten para el aprendizaje de nuevos métodos y teorías, y les doten de versatilidad para adaptarse a nuevas situaciones.
	CG6	Ser hábil en la comunicación, tanto por escrito como verbalmente, en el idioma propio y en otras lenguas extranjeras.
	CG7	Saber elaborar y defender argumentos y resolver problemas dentro del área de estudio, convirtiendo un problema empírico en un objetivo de investigación y presentar conclusiones.
Destrezas (H)	CE5	Conocer los conceptos de empresa y logística en materia de Multimedia, situando adecuadamente conceptos como la cadena de valor, la propiedad intelectual, la publicación de contenido, el prototipado, el "ROI", la promoción, los controles de calidad y las competencias blandas necesarias o "soft skills".
	CE7	Aplicar la creatividad y la innovación partiendo de las bases que proporcionan la tecnología, la antropología, la cultura y la justificación de las ideas.

### Contenido de la Asignatura\*

#### 1. Teoría de la comunicación:

- ¿Qué es la comunicación? Conceptos de comunicación e información.
- El proceso comunicativo Descripción de cada elemento.
- Comunicación efectiva.
- Signos y mensajes: semiótica.
- Elementos del proceso comunicativo paso de lo analógico a lo digital.
- Tipos de comunicación: Comunicación textual; Comunicación verbal, Comunicación visual, Identidad visual.

#### 2. Contextualización: Sociedad de la Información y Sociedad Digital.

- Antecedentes: Contexto dónde estamos y cómo hemos llegado hasta aquí.
- Principales revoluciones en el mundo de la comunicación.
- La era de la Información.
  - Cambios en la sociedad derivados de la digitalización: conceptos clave.
  - Del Mass Media al new media digital.
  - Comunicación, verdad y objetividad.



# Guía Docente

## Curso Académico 2025/26

- Tecnologías al servicio del ser humano: Datos, Algoritmos, IA.
3. Comunicación multimedia.
- De la web 1.0 a la web 4.0: Visión integrada de un sistema de comunicación digital, Principales canales, componentes y sus distintos niveles de interrelación, Buscadores
  - Identidad digital.
  - Usuario: Nativos digitales, Influencia social, influencers, communit manager, prosumidor.
  - Los social media: Curación de contenidos.
  - Storytelling y narrativa transmedia.
  - SEO, métricas y estadísticas.
4. Contenidos digitales (Transversal/práctico).
- Creación de contenidos multimedia multiplataforma.
  - Redacción de contenidos.
  - IA (generación de imágenes y textos).
5. Plan de comunicación: Estrategias en la comunicación digital.
- Estrategia de comunicación: qué es, proceso y tipos de estrategia.
  - Identificación y definición de problemas y oportunidades de comunicación.
  - Objetivos de comunicación.
  - Definición públicos/stakeholders e insights.
  - Mensajes y tipos de conceptos.
  - Personalidad de la marca. Código y tono de comunicación.
  - Planificación estratégica: plan de medios sociales y plan de contenidos.

(\*El contenido desarrollado está disponible en la Programación Docente de la asignatura publicada en el Campus Virtual de la Universidad)

### Metodologías Docentes y Actividades Formativas

Metodologías docentes utilizadas en esta asignatura son:

MD1	Método expositivo.
MD2	Estudio de casos.
MD3	Aprendizaje basado en problemas.
MD4	Aprendizaje basado en proyectos.
MD5	Aprendizaje cooperativo.
MD6	Tutorías.



# Guía Docente

## Curso Académico 2025/26

Actividades formativas utilizadas en esta asignatura son:

Actividades formativas	Horas previstas	% presencialidad
AF1: Clase teórica.	22	100
AF2: Clase prácticas.	22	100
AF3: Realización de trabajos (individuales y/o grupales).	40	10
AF4: Tutorías (individuales y/o grupales).	10	50
AF5: Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante.	50	0
AF6: Pruebas de evaluación.	6	0
<b>Total</b>	<b>150</b>	

### Evaluación: Sistemas y Criterios de Evaluación

Sistemas de evaluación utilizados en esta asignatura son:

Denominación	Pond. mín.	Pond. Máx
SE1 Evaluación de la asistencia y participación del estudiante.	0	10
SE2 Evaluación de trabajos.	0	65
SE3 Pruebas de evaluación y/o exámenes.	25	100

El estudiantado posee dos opciones de evaluación para superar la asignatura:

- Evaluación continua con 2 convocatorias/año: ordinaria y extraordinaria.
- Evaluación única con una convocatoria/año.
- En la Universidad Euneiz la evaluación continua (media ponderada de las diferentes actividades evaluables de la asignatura definidas por el profesorado) es la evaluación primordial; pero Euneiz permite al estudiante acogerse a la evaluación única (examen único).



# Guía Docente

## Curso Académico 2025/26

- No se permite el cambio del sistema de evaluación escogido por el estudiante a lo largo del curso.
- El estudiante que desee acogerse a la evaluación única deberá solicitarlo por escrito formal que lo justifique dirigido al profesorado responsable de la asignatura y a la Coordinación del título en las dos primeras semanas del inicio del curso.
- Si el estudiante no asiste un 80% a las clases presenciales no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria y pasará automáticamente a convocatoria extraordinaria.
- Las faltas de asistencia deben justificarse al profesor responsable de la asignatura.
- De manera excepcional, el docente responsable de la asignatura podrá valorar con otros criterios adicionales como la participación, la actitud, el grado de desempeño y aprovechamiento del estudiante, etc. la posibilidad de permitir que el estudiante continúe en la convocatoria ordinaria, siempre que su asistencia mínima se encuentre por encima del 70%.
- El estudiante irá a la evaluación extraordinaria ÚNICAMENTE con las partes suspendidas.
- El sistema de calificación de la asignatura sigue lo establecido en el RD 1125/2003 y los resultados obtenidos se calificarán siguiendo la escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal.
  - 0-4,9: Suspenso (SS).
  - 5,0-6,9: Aprobado (AP).
  - 7,0-8,9: Notable (NT).
  - 9,0-10: Sobresaliente (SB).
- La mención de «Matrícula de Honor» podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».
- Será considerado no presentado (NP) el estudiante matriculado que no realice ninguna actividad evaluativa.
- Toda actividad evaluativa escrita (trabajos, exámenes...) considerará las faltas ortográficas en la calificación final.
- El plagio está prohibido tanto en los trabajos como en los exámenes, en caso de detectarse la calificación será suspenso. Los trabajos entregados a través del campus



# Guía Docente

## Curso Académico 2025/26

virtual serán objeto de análisis por la herramienta Turnitin:

- Los informes con un índice de similitud entre el 20% y el 30% serán revisados por el profesor para analizar las posibles fuentes de plagio y evaluar si están justificadas.
- Cualquier trabajo con un índice de similitud superior al 30% no será evaluado.

### Bibliografía y otros Recursos de Aprendizaje

#### Bibliografía Básica

- BYUNG-CHUL H., Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia, Taurus, Barcelona, 2022.
- CASTELLS, M. La era de la información. Economía. Sociedad y Cultura (3 Vols.) Alianza Editorial. Madrid, 1998.
- DIAZ MENDEZ M. Y GÓNZALEZ LÓPEZ O.R, La nueva comunicación, conceptos tendencias y aplicaciones, Ediciones Pirámide, Madrid, 2013
- ELORDUI A., ARANA E. (KOORD), Transmedia Komunikazio Estrategiak: gaurkotasun-educiak diseinatzeko eta hedatzeko bide berriak (edición en euskera), Udako Euskal Unibertsitatea; N.º 1 edición, Bilbo, 2015.
- ESTANYOL CASALS, E. (Ed.). (2017). ¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa? Editorial UOC.
- GUARDIOLA, I., El ojo y la navaja: Ensayo sobre el mundo como interfaz, Arcadia, Barcelona, 2019
- LAMARRE G., Storytelling como estrategia de comunicación, Gustavo Gili, Madrid, 2019
- MANOVICH, L. El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona, 2005.
- ROIG A Y ALBERICH J (coord), Comunicación audiovisual digital: nuevos medios, nuevos usos nuevas formas, Barcelona, Editorial UOC, 2005
- ROMERO L. M. Y RIVERA D. E. (coord), La comunicación en el escenario digital: Actualidad, retos y prospectivas, Pearson, Perú, 2019
- RUEDA LAFFOND JC, GALÁN FAJARDO E, RUBIO MORAGA ÁNGEL L., Historia de los medios de comunicación, Alianza Editorial, 2014
- SCOLARI Carlos A, Narrativas Transmedia cuando todos los medios cuentan, DEUSTO, S.A. EDICIONES, Barcelona, 2013



# Guía Docente

## Curso Académico 2025/26

- PENENBERG ADAM L, Viral Loops: From Facebook to Twitter, How Today's Smartest Businesses Grow Themselves, Hyperion E-Books, 2009
- VELARDE O., MARTÍN, M., Mirando hacia el futuro, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 2022

### Bibliografía Complementaria

- ALJURE SAAB, A. (2016). El plan estratégico de comunicación: método y recomendaciones prácticas para su elaboración.
- AMORÓS, M. Fake news: la verdad de las noticias falsas. Plataforma Editorial, Barcelona, 2018
- APODAKA E., Komunikazioaren gizarte psikologikoa, Udako Unibertsitatea, Bilbo 2004
- BALLEATO PRIETO G., Comunicación eficaz, teoría y práctica de la comunicación humana, Ediciones Pirámide, Madrid, 2006
- EUSKARAREN AHOLKU BATZORDEA, Euskararen Ingurune Digitala: Gomendioak 2021-2024, Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia, Vitoria-Gasteiz, 2021
- EUSTAT. Informazioaren gizartearen egoera Euskadin 2020.  
[https://eu.eustat.eus/elementos/ele0017200/informazioaren-gizartearen-panorama-euskadi-2020-pdf-2mb/inf0017264\\_e.pdf](https://eu.eustat.eus/elementos/ele0017200/informazioaren-gizartearen-panorama-euskadi-2020-pdf-2mb/inf0017264_e.pdf)
- GAZTEEN EUSKAL BEHATOKIA. Euskadiko gazteak eta sare sozialak. Vitoria-Gasteiz: Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia, 2019.  
[https://www.euskadi.eus/contenidos/noticia/sare-sozialak-liburua-19/eu-def/sare-sozialak-19\\_e.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/noticia/sare-sozialak-liburua-19/eu-def/sare-sozialak-19_e.pdf)
- MARTÍNEZ PEÑA, I, Mandamentu hipermodernoak: egongo inertziak zalantzan jartzen, Elkar, Donostia, 2021
- ZAFRA R, El bucle invisible, Ediciones Novel, Madrid, 2022
- SERRANO, S. La semiótica: una introducción a la teoría de los signos. Montesinos. Barcelona, 1981.

### Otros Recursos de Aprendizaje Recomendados

- <https://www.cccb.org/es>
- <https://www.facebook.com/cx/>
- <https://www.facebookblueprint.com/>
- <https://www.franciscosierrecaballero.net/>
- <https://iabspain.es>
- <https://www.rtve.es/playz/>
- <https://wearesocial.com/es/>
- <https://cxtx.es>
- <https://telos.fundaciontelefonica.com>



# Guía Docente

## Curso Académico 2025/26

- <https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/issue/view/392>