

Guia docent

804259 - PTRANS - Producció Transmèdia

Última modificació: 18/03/2025

Unitat responsable: Centre de la Imatge i la Tecnologia Multimèdia
Unitat que imparteix: 804 - CITM - Centre de la Imatge i la Tecnologia Multimèdia.

Titulació: **Curs:** 2025 **Crèdits ECTS:** 6.0
Idiomes: Català, Castellà

PROFESSORAT

Professorat responsable: Pueyo Sobrevia, David

Altres: Delgado García, Abel

COMPETÈNCIES DE LA TITULACIÓ A LES QUALS CONTRIBUEIX L'ASSIGNATURA

Específiques:

CEVJ 5. Utilitzar llenguatges de programació, patrons algorítmics, estructures de dades, eines visuals de programació, motors de joc i llibreries per al desenvolupament i prototipatge de videojocs, de qualsevol gènere i per a qualsevol plataforma i dispositiu mòbil.

Transversals:

CT4. ÚS SOLVENT DELS RECURSOS D'INFORMACIÓ: Gestionar l'adquisició, l'estructuració, l'anàlisi i la visualització de dades i informació de l'àmbit d'especialitat, i valorar de forma crítica els resultats d'aquesta gestió.

CT5. TERCERA LLENGUA: Conèixer una tercera llengua, preferentment l'anglès, amb un nivell adequat oral i escrit i en consonància amb les necessitats que tindran els titulats i titulades.

CT3. TREBALL EN EQUIP: Ser capaç de treballar com a membre d'un equip interdisciplinari, ja sigui com un membre més o duent a terme tasques de direcció, amb la finalitat de contribuir a desenvolupar projectes amb pragmatisme i sentit de la responsabilitat, tot assumint compromisos considerant els recursos disponibles.

04 COE. COMUNICACIÓ EFICAÇ ORAL I ESCRITA: Comunicar-se de forma oral i escrita amb altres persones sobre els resultats de l'aprenentatge, de l'elaboració del pensament i de la presa de decisions; participar en debats sobre temes de la pròpia especialitat.

METODOLOGIES DOCENTS

Les sessions de classe es divideixen, en general, en tres franges d'activitat:

1. Resolució de dubtes de les sessions anteriors o exercicis proposats
2. Part descriptiva on els professors fan una presentació de nous continguts (50%)
3. Part participativa on es desenvolupen pràctiques, activitats o debats al voltant a la temàtica concreta

OBJECTIUS D'APRENTATGE DE L'ASSIGNATURA

- Ser capaç de dissenyar una aplicació gràfica interactiva en temps real per qualsevol mitjà, plataforma i dispositiu.

HORES TOTALES DE DEDICACIÓ DE L'ESTUDIANT

Tipus	Hores	Percentatge
Hores aprenentatge autònom	90,0	60.00
Hores grup gran	18,0	12.00
Hores activitats dirigides	12,0	8.00

Tipus	Hores	Percentatge
Hores grup mitjà	30,0	20.00

Dedicació total: 150 h

CONTINGUTS

1. Introducció al món Transmèdia

Descripció:

- 1.1 Orígens del concepte i visió Transmèdia
- 1.2 Del Crossmedia al Transmèdia
- 1.3 Convergence Culture
- 1.4 Del Transmèdia Storytelling al Transmèdia Storyliving
- 1.5 Creació de narratives Transmèdia
- 1.6 Elements potencialment Transmèdia d'un projecte audiovisual / videojoc (música, lore, cinemàtica, gameplay, trailer, making of, ous de pasqua...)

Activitats vinculades:

Exercici E1 - Individual

Presentar exemple propi i justificació tria d'un element transmèdia d'una producció rellevant per l'alumne.

Dedicació: 20h

Grup mitjà/Pràctiques: 6h

Aprenentatge autònom: 14h

2. Desenvolupament de projectes Transmèdia

Descripció:

- 2.1 Transmèdia Toolkit
- 2.2 Start with why / Propòsit de tot projecte
- 2.3 Think big, start small, scale fast
- 2.4 Ecosistemes i mons Transmèdia i la definició dels principis immutables
- 2.5 La Bíblia Transmèdia
- 2.6 Models ICP / Lean / Canvas / Anàlisi Mercat / identificació competència (mapa posicionaments)
- 2.7 Definició d'objectius, mètriques i kpis
- 2.8 Procés de desenvolupament de projectes Transmèdia
- 2.9 Produir pensant en multiplataforma
- 2.10 Un món líquid i beta, la importància del test&learn
- 2.11 Organització d'equips, circuits, producció i processos de treball

Activitats vinculades:

Pràctica avaluable en grup P1

Pràctica relacionada amb el desenvolupament d'un brainstorming narratiu

Dedicació: 40h

Grup mitjà/Pràctiques: 12h

Aprenentatge autònom: 28h

3. Marques Transmèdia

Descripció:

- 3.1 Construcció de marques amb significat / Meaningful Brands
- 3.2 Branded Content
- 3.3 Advergaming
- 3.4 Pitch Elevator

Activitats vinculades:

Pràctica avaluable P2 en grup
Pitch Simulator en base a un cas real

Dedicació: 26h

Grup mitjà/Pràctiques: 10h
Aprenentatge autònom: 16h

4. Identificació i creació d'audiències

Descripció:

- 4.1 Comprensió i tendències de comportament de les audiències
- 4.2 Societat i cultura digital. Hàbits de consum en un context multitasking - 24/7
- 4.3 La guerra per l'atenció
- 4.4 Concepte d'Addressability
- 4.5 Consumer Journey & Content Journey
- 4.6 Eines per identificar i entendre als nostres públics
- 4.7 Real time Mk i plan z (quan falla tot, què fer?)
- 4.8 Fandoms
- 4.9 User Generated Content
- 4.10 Gamificació

Activitats vinculades:

*Pràctica evaluable 3 P3 Consumer Journey en grup: Anàlisi d'un journey de l'audiència d'un projecte
*Pràctica evaluable 4 P4 Pràctica Rebrief en grup: Expansió i amplificació transmèdia d'un case study antic amb potencial

Dedicació: 12h

Grup mitjà/Pràctiques: 6h
Aprenentatge autònom: 6h

5. Els big 4: Tecnologia / Punts de Contacte / Contingut i Data

Descripció:

- 5.1 Tecnologia al servei de les idees: Hype Cycle / Beacons - geofencing i eines de proximitat, rfid, wifi, nfc..) / Realitat Virtual, augmentada i mixed / Intel·ligència artificial + Chatbots / IOT + internet of everything / Wearables
- 5.2 Punts de Contacte i mitjans: La importància de la distribució i circulació del contingut / Eines per desenvolupar una campanya de comunicació i captació / estratègies push&pull / Shared, owned, earned & paid media / Plataformes, xarxes de distribució i formats / Mitjans i plataformes socials / Second Screen i Social Tv / Mobile gaming
- 5.3 Continguts: Meaningful content Manifesto / Producció de contingut / Continguts Streaming i On-demand
- 5.4 Data: Eines i medicació / ús del big data i l'smart data / sensible data / human data / data driven content powered.

Activitats vinculades:

Exercici 2 en grup
Desenvolupament pla de mitjans i punts de contacte d'un projecte

Dedicació: 40h

Grup mitjà/Pràctiques: 20h
Aprenentatge autònom: 20h

6. Transmèdia business

Descripció:

6.1 Transmèdia Storyselling: Continguts transmèdia que generen ingressos i ventes complementàries

6.2 Transmèdia Storyliving: Experiències augmentades i interactives

Activitats vinculades:

Exercici E3 individual

Proposar una experiència augmentada / transmèdia líving sobre un cas d'èxit real

Dedicació: 12h

Grup mitjà/Pràctiques: 6h

Aprenentatge autònom: 6h

ACTIVITATS

Pràctica P1

Descripció:

Pràctica relacionada amb el desenvolupament d'un brainstorming narratiu

Dedicació: 10h

Aprenentatge autònom: 10h

Pràctica P2

Descripció:

Pitch Simulator en base a un cas real

Dedicació: 6h

Aprenentatge autònom: 6h

Pràctica P3

Descripció:

Consumer Journey en grup: Anàlisi d'un journey de l'audiència d'un projecte

Dedicació: 3h

Aprenentatge autònom: 3h

Pràctica P4

Descripció:

Rebrief en grup: Expansió i ampliació transmèdia d'un case study antic amb potencial

Dedicació: 3h

Aprenentatge autònom: 3h

SISTEMA DE QUALIFICACIÓ

*20% Valoració 4 pràctiques avaluables que es desenvoluparan presencialment a classe (5% cadascuna)

*20% Examen tipus test / parcial

*20% Presentació parcial, projecte final assignatura

*30% Presentació final projecte (exposició + documentació treball)

*10% Participació a classe i actitud d'aprenentatge durant les activitats a l'aula

L'avaluació de la participació de l'alumne/a en les activitats formatives de la matèria, i l'actitud d'aprenentatge, s'avaluarà mitjançant un seguiment de les seves intervencions en classe i de la proporció d'exercicis i pràctiques presentats. Aquesta avaluació correspon al 10% de la nota final.

NORMES PER A LA REALITZACIÓ DE LES PROVES.

Pràctiques:

Els exercicis de pràctiques s'inicien durant l'horari de classe en la franja destinada i segons la pràctica es finalitzaran durant la sessió o es plantejarà una data d'entrega, lliurant-se al professor al campus virtual. L'avaluació de les pràctiques no comporta només la resolució dels exercicis proposats, sinó també la defensa que es faci dels resultats quan el grup d'alumnes ho presenti. També es consideraran justificades les causes de no presentació d'exercicis que siguin comunicades al professorat pel Cap d'Estudis.

Examen:

L'examen parcial es realitzarà al laboratori amb ordinadors mitjançant document electrònic que l'/la alumne ha de completar. Les preguntes i problemes proposats en els exàmens fan referència tant al contingut teòric de l'assignatura com als exercicis resolts en les diferents pràctiques. Al marge de cada pregunta o problema consta la contribució en punts a la nota total de l'examen. Les revisions i/o reclamacions respecte dels exàmens es realitzaran exclusivament en les dates i horaris establerts en el Calendari Acadèmic.

Treball pràctic final (presentació parcial i final de projecte)

Els estudiants hauran de dedicar temps de treball autònom (fora d'horari) per realitzar el treball pràctic final de l'assignatura. Per fer-ho s'hauran de seguir les indicacions donades en el document de treball. L'exercici una vegada finalitzat es presentarà a classe en les sessions previstes i s'haurà de dipositar el treball en el campus virtual en el lliurament de l'aula 48h abans de la presentació presencial.

L'avaluació dels exercicis no implica només la resolució del mateix, també implica la defensa que es fa dels resultats i la realització de documents rellevants. Qualsevol incidència que no permeti resoldre l'exercici en el termini indicat hauran de ser comunicades prèviament a la / Professor / a. Amb posterioritat a aquesta comunicació i en funció de les causes que motiven la no presentació de l'exercici si estan justificades es trobaran alternatives per completar l'avaluació. També es consideraran justificades les causes de la no-presentació dels exercicis comunicades per la gestió d'estudis.

BIBLIOGRAFIA

Bàsica:

- Scolari, Carlos Alberto. Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto, cop. 2013. ISBN 9788423413362.
- Evans, Elizabeth. Transmedia television: audiences, new media and daily life. New York: Routledge, 2011. ISBN 9780415882927.
- Jenkins, Henry; Ford, Sam. Cultura transmedia. Gedisa, 2015. ISBN 9788497848442.

Complementària:

- Jenkins, Henry. Convergence culture: la cultura de la convergència de los medios de comunicación. Barcelona [etc.]: Paidós, cop. 2008. ISBN 9788449321535.
- Jenkins, Henry; Hermida Lazcano, Pablo. Fans, bloggers y videojuegos: la cultura de la colaboración. Barcelona [etc.]: Paidós, 2009. ISBN 9788449322587.
- Phillips, Andrea. A creator's guide to transmedia storytelling. McGraw-Hill, 2012. ISBN 9780071791526.
- Cline, Ernest; Estrella, Juanjo. Ready player one. Barcelona: Ediciones B, Grupo Zeta, 2011. ISBN 9788466649179.
- Dorst, Doug, J.J.; Abrams, S. Ship of theseus. Mulholland Books, 2013. ISBN 0316201642.
- Catmull, Ed. Creatividad, S.A.. Conecta, 2014. ISBN 9788493914523.
- Duarte, Nancy. Resonancia. Gestión 2000, 2012. ISBN 9788498752007.

RECURSOS

Material audiovisual:

- https://www.ted.com/talks/j_j_abrams_mystery_box?language=es. Mystery box J.J.Abrams
- https://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world. Mgonigal Jane. Gaming can make a better world
- https://www.ted.com/talks/seth_godin_on_the_tribes_we_lead. Godin Seth, The tribus we lead
- https://www.ted.com/talks/kevin_kelly_how_ai_can_bring_on_a_second_industrial_revolution. Kevin, Kelley. How ai can bring on a second industrial revolution
- <https://www.youtube.com/watch?v=y71u6ecF4cI>. Penn, Zak. Atari Game-over (Documental). 2014
- https://www.youtube.com/watch?v=AqQIe-4UvRA&index=17&list=PLILqf9UYQz_vSta8AMj2B28RUGYO_O28g. Extra life (sèrie documental)

Enllaç web:

- <https://www.slideshare.net/eduardoprados/cmo-escribir-una-biblia-transmedia?ref=https://eduardoprados.com/2012/12/30/como-escribir-una-biblia-transmedia/>. Recurs
- https://us.mullenlowe.com/wp-content/uploads/2009/06/Mullen_Marketing_Ecosystem.pdf. The new Marketing ecosystem
- <http://www.digitalbuzzblog.com/>. Digital Buzz Blog
- <http://theturtle.tumblr.com/>. Turtle
- <http://innovacionaudiovisual.com/>. Innovación Audiovisual
- <http://arenatechandtrends.es/>. Arena tech and trends
- <http://trendwatching.com/freepublications/>. Trendwathing
- <https://www.thinkwithgoogle.com/tools/>. Think with Google Tools
- <https://www.consumerbarometer.com/en/>. Google Consumer Barometer
- <http://www.meaningful-brands.com/en>. Havas Meaningful Brands
- <http://www.transmedia-manifest.com/>. The Future Of Storytelling. The transmetia Manifest
- <http://es.slideshare.net/Altimeter/the-converged-media-imperative>. Altimeter. The converged Media Imperative, 2012
- https://www.slideshare.net/arena_es/arena-play-gaming-como-forma-de-vida. Arena Media. Gaming como estilo de vida
- https://www.kickstarter.com/projects/unmemory/unmemory-a-text-based-game-an-interactive-escape-b?ref=user_menu. Unmemory Project
- <http://arenainsxsw.com/>. Arena in SXSW / Stolen Manifesto