



Guía Docente

| Datos Identificativos | | | | | 2018/19 |
|-----------------------|---|--------------------|--------------------------|-----------|---------|
| Asignatura (*) | Xestión de Contidos Xornalísticos e Audiovisuais | | Código | 616531001 | |
| Titulación | Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual | | | | |
| Descritores | | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos | |
| Mestrado Oficial | 1º cuatrimestre | Primeiro | Obrigatoria | 4.5 | |
| Idioma | Castelán | | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | | |
| Prerrequisitos | | | | | |
| Departamento | Humanidades Socioloxía e Ciencias da Comunicación | | | | |
| Coordinación | Arrojo Baliña, María José | Correo electrónico | maria.jose.arrojo@udc.es | | |
| Profesorado | Arrojo Baliña, María José | Correo electrónico | maria.jose.arrojo@udc.es | | |
| Web | | | | | |
| Descrición xeral | | | | | |

Competencias / Resultados do título

| Código | Competencias / Resultados do título |
|--------|---|
| A1 | CE1. Conocer la gestión y administración de empresas audiovisuales |
| A2 | CE2. Conocer la gestión y administración de empresas periodísticas |
| A6 | CE6. Gestionar proyectos comunicativos digitales de informativos o de entretenimiento |
| A9 | CE9 - Analizar y prever las tendencias de los mercados de informativos y de entretenimiento en el entorno digital |
| A10 | CE10 - Conocer el marco legal y deontológico de los contenidos periodísticos y de entretenimiento |
| A12 | CE12 - Desarrollar la capacidad innovadora y crítica en las empresas de comunicación, tanto informativas como de entretenimiento, en el entorno digital |
| A13 | CE13 - Profundizar en el análisis de los productos periodísticos y de entretenimiento desde una perspectiva práctica e internacional |
| A14 | CE14 - Adquirir las habilidades y aptitudes necesarias para entender las interdependencias de la comunicación digital |
| A16 | CE16 - Planificar e implementar acciones de comunicación y generación de contenidos en redes sociales, para proyectos informativos y de entretenimiento |
| A18 | CE18 - Incorporar habilidades creativas para la generación de contenidos y recursos en el entorno periodístico y audiovisual |
| B1 | CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación |
| B2 | 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 |
| B9 | CG6 - Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponibles para resolver problemas con los que deben enfrentarse |
| C3 | CT5 - Desarrollar la capacidad de trabajar en equipos interdisciplinares o transdisciplinares, para ofrecer propuestas que contribuyan a un desarrollo sostenible ambiental, económico, político y social |

Resultados da aprendizaxe

| Resultados de aprendizaxe | Competencias / Resultados do título | | |
|--|-------------------------------------|--|--|
| Comprensión del nuevo escenario digital para la gestión de contenidos informativos y de entretenimiento. | AP1 | | |
| | AP2 | | |
| Conocimiento del entorno legal del sector. | AP10 | | |



| | | | |
|--|--|------------|-----|
| Desarrollo de estrategias de programación en canales generalistas y de pago. | AP6 AP9 AP12 AP13 AP16 AP18 | BP2 | |
| Implantación de estrategias de posicionamiento de contenidos periodísticos y de entretenimiento en el entorno digital. | AP14 | BP1 BP9 | CP3 |
| Desarrollo de acciones de márketing digital. | AP6 AP14 AP16 AP18 | BP2 BP9 | |
| Estudio de análisis de audiencias. | AP9 | | |

| Contidos | |
|---------------------------------------|--|
| Temas | Subtemas |
| - Transformación del consumo | - Introducción a Industria del audiovisual 2018. - Ordenamiento del sector: Cadena de Valor. - El Audiovisual en la era del Broadband. Del origen a nuestros días. - Horizonte +2020. |
| - Nuevos entornos y nuevos contenidos | |
| - Entorno legal | |
| - Programación y audiencia | |
| - Márketing digital | - Plan de marketing: Etapas en la realización del plan de marketing e integración del marketing digital. - SEO y SEM: Introducción y ejemplos. - Video y móvil marketing: Introducción y ejemplos. |

| Planificación | | | | |
|----------------------------|--------------------------------|---|-------------------------|--------------|
| Metodoloxías / probas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas traballo autónomo | Horas totais |
| Proba de resposta múltiple | A1 A2 | 5 | 25 | 30 |
| Prácticas de laboratorio | A1 A2 A6 A18 B2 C3 | 10 | 40 | 50 |
| Discusión dirixida | A1 A2 A9 A13 | 2.5 | 5 | 7.5 |
| Traballos tutelados | A1 A6 A9 A12 A18 | 3 | 6 | 9 |
| Seminario | A1 A2 A10 A12 A14 A16 B9 B1 | 12 | 4 | 16 |
| Atención personalizada | | 0 | | 0 |

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

| Metodoloxías | |
|----------------------------|--|
| Metodoloxías | Descrición |
| Proba de resposta múltiple | Valoración de los conceptos adquiridos por el alumno mediante una prueba tipo test. |
| Prácticas de laboratorio | Creación de un formulario en Google Forms sobre la temática del trabajo fin de grado del alumno. |
| Discusión dirixida | Debate de los casos de éxito analizados. |
| Traballos tutelados | Diseño de un producto para liderar el entretenimiento en los próximos 10 años. |



| | |
|-----------|--|
| Seminario | Clases presenciales con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura |
|-----------|--|

Atención personalizada

| Metodoloxías | Descrición |
|---|---|
| Discusión dirixida Prácticas de laboratorio Proba de resposta múltiple Traballos tutelados | La atención personalizada que se describe para estas metodoloxías se concibe como momentos de traballo presencial con el profesor para la atención y seguimento del traballo realizado por cada alumno. Implican una participación obrigatoria para el alumnado. La forma y el momento en que se desenvolverá se indicará en relación a cada actividada a lo largo del curso según el plan de traballo de la materia. |

Avaliación

| Metodoloxías | Competencias / Resultados | Descrición | Cualificación |
|----------------------------|---------------------------|---|---------------|
| Discusión dirixida | A1 A2 A9 A13 | Defensa oral de los resultados obrtidos por los alumnos | 10 |
| Prácticas de laboratorio | A1 A2 A6 A18 B2 C3 | En relación con las prácticas de laboratorio se valorará: - Corrección de los textos según el Libro de Estilo. - El manejo de las herramientas informáticas explicadas en clase. - El tratamiento de un lenguaje propio del contexto disciplinar. - La adecuación metodológica de las propuestas de traballo. - La profundidad del contenido. | 40 |
| Proba de resposta múltiple | A1 A2 | La prueba tipo test corresponde al examen final sobre evaluación de los contenidos teóricos de la materia. Consistirá en dar resposta a varias cuestiones de carácter comprensivo que implicarán un tratamiento global e integrado de los contenidos teóricos abordados a lo largo del curso. | 40 |
| Traballos tutelados | A1 A6 A9 A12 A18 | En relación con los traballos tutelados se valorará: - La adecuación metodológica de las propuestas de traballo. - La profundidad del contenido. - El dominio de las aplicaciones utilizadas en la elaboración de las propuestas socioeducativas. - El tratamiento de un lenguaje propio del contexto disciplinar. - La utilización de fuentes documentales complementarias y actuales. - La presentación y la claridad de la exposición. | 10 |

Observacións avaliación

| |
|--|
| |
|--|

Fontes de información

| | |
|------------------------------------|--|
| Bibliografía básica | García de Castro, M. Información Audiovisual en el entorno digital, Tecnos, Madrid, 2014. Peralta, M. Teleinformativos. La noticia digital en televisión, Editorial UOC, Barcelona, 2012. Poveda, M. A. Periodismo televisivo, Centro de Estudios Financieros, Madrid, 2013. Resano, H. La trastienda de un informativo. Alienta Editorial, Barcelona, 2016. KOTLER PHILIP. (2017): Marketing, 16ª edición. Editorial: Addison-wesley. CHARAN ASHOK. (2015): A Practitioner's Guide to Marketing Analytics and Research Methods. Ed: World Scientific. SANTESMASES, M. (2010): Marketing: Conceptos y estrategias. Ed. Pirámide. |
| Bibliografía complementaria | RECURSOS WEB 1. Marketing Directo http://www.marketingdirecto.com/2 . Instituto Nacional de Estadística http://www.ine.es/3 . Datacentric: www.datacentric.es4 . ONTSI: www.ontsi.red.es5 . IAB: www.iabspain.es |

Recomendacións

| |
|--|
| Materias que se recomienda ter cursado previamente |
|--|



| |
|--|
| |
| Materias que se recomenda cursar simultaneamente |
| |
| Materias que continúan o temario |
| |
| Observacións |
| |

(*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías