



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|--|--------------------|--------------------------|----------|
| Datos Identificativos | | | | 2020/21 |
| 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 cuadrimestre | Primeiro | Obrigatoria | 4.5 |
| Idioma | Castelán | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | Departamento profesorado máster Humanidades Socioloxía e Ciencias da Comunicación | | | |
| Coordinación | Arrojo Baliña, María José | Correo electrónico | maria.jose.arrojo@udc.es | |
| Profesorado | Arrojo Baliña, María José Fernandez Sanchez, Carlos Porto Pedrido, José Ramón Romero Sullá, Pablo Sánchez-Tabernerero Sánchez, Alfonso | Correo electrónico | maria.jose.arrojo@udc.es | |
| Web | | | | |
| Descrición xeral | Comprensión do novo escenario dixital para a xestión de contidos informativos e de entretemento; contorna legal; estratexias de programación en canles xeneralistas e de pago; estratexias de posicionamento de contidos xornalísticos e de entretemento na contorna dixital; márketing dixital; análise de audiencia. | | | |



| | |
|------------------------------------|--|
| <p>Plan de continxencia</p> | <p>1. Modificacións nos contidos</p> <p>Non se realizarán cambios</p> <p>2. Metodoloxías</p> <p>*Metodoloxías docentes que se manteñen</p> <p>? Sesión maxistral</p> <p>? Traballos tutelados (con Atención personalizada) (computa na avaliación)</p> <p>? Seminarios con profesionais</p> <p>*Metodoloxías docentes que se modifican</p> <p>Práctica en laboratorio (non se realizará, xa que a avaliación destes coñecementos se incorpora a metodoloxía dos ?Traballos tutelados?)</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado</p> <p>? Correo electrónico: Diariamente. De uso para facer consultas, solicitar encontros virtuais para resolver dúbidas e facer o seguimento dos traballos tutelados.</p> <p>- Google Docs: para compartir materiais dos profesores e profesionais que imparten docencia.</p> <p>? Teams: utilizarase esta plataforma para as clases maxistras, os seminarios con profesionais, segundo o horario, e para o seguimento e apoio na realización dos ?traballos tutelados?. Esta dinámica permite facer un seguimento normalizado e axustado as necesidades da aprendizaxe do alumnado para desenvolver o traballo da materia. A través de Teams os alumnos tamén poden trasladar consultas.</p> <p>4. Modificacións na avaliación</p> <p>Traballos tutelados (100%):</p> <p>Valorarase:</p> <ul style="list-style-type: none"> - A adecuación metodolóxica das propostas de traballo. - A profundidade do contido. - O dominio das aplicacións utilizadas na elaboración das propostas socioeducativas. - O tratamento dunha linguaxe propia do contexto disciplinar. - A utilización de fontes documentais complementarias e actuais. - A presentación e a claridade da exposición. <p>*Observacións de avaliación:</p> <p>Mantéñense as mesmas que figuran na guía docente, agás que:</p> <p>? As referencias ao cómputo da asistencia, que só se realizará respecto das sesións que houbo presencial ate o momento no que se suspendeu a actividade presencial.</p> <p>REQUISITOS PARA SUPERAR A MATERIA:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Asistir e participar regularmente nas actividades da clase. 2. Obter unha puntuación do 50% do peso de cada unha das partes obxecto de avaliación (traballos tutelados). 3. Entregar e expoñer os traballos tutelados na data que se indique. 4. A oportunidade de xullo estará sometida aos mesmos criterios que a de xuño. <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía</p> <p>- Non se realizarán cambios</p> |
|------------------------------------|--|

| 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 do novo escenario dixital para a xestión de contidos informativos e de entretemento. | AP1 AP2 | | |
| Coñecemento da contorna legal do sector. | AP10 | | |
| Desenvolvemento de estratexias de programación en canles xeneralistas e de pago. | AP6 AP9 AP12 AP13 AP16 AP18 | BP2 | |
| Implantación de estratexias de posicionamento de contidos xornalísticos e de entretemento na contorna dixital. | AP14 | BP1 BP9 | CP3 |
| Desenvolvemento de accións de márketing dixital. | AP6 AP14 AP16 AP18 | BP2 BP9 | |
| Estudo de análise de audiencias. | AP9 | | |

| Contidos | |
|-----------------------------|--|
| Temas | Subtemas |
| - Transformación do consumo | 1. Introducción á transformación dixital como dinámica de mercado. 2. A disrupción no modelo audiovisual: 2.1. Evolución dende 1980 ata 2018. 2.2. Ordenamento do sector: Cadea de Valor. 3. Introducción á dirección dun proxecto na Industria Audiovisual. |



| | |
|------------------------------------|---|
| - Novas contornas e novos contidos | <ol style="list-style-type: none"> 1. Obxectivos, procesos e resultados na contorna dixital 2. Unha nova maneira de entendelomaudiovisual <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Novos contidos 2.2. Novas maneiras de produción 2.3. Novas vías de distribución 2.4. Novos hábitos de consumo |
| - Contorna legal e industrial | <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar que é calidade e que trazos defínena. 2. Requisitos necesarios para elaborar produtos de calidade en mercados altamente competitivos. 3. Vinculación entre a calidade á cultura de innovación permanente. 4. A calidade como ferramenta estratéxica para lograr unha vantaxe competitiva sustentable a longo prazo. |
| - Programación e audiencia | <ol style="list-style-type: none"> 1. Modelos de consumo da TV. 2. Cambios no consumo, evolución do sector e motores do cambio. 3. O produto propio do pago: efectos sobre a TV en aberto e o espectador. 4. As estratexias da TV en aberto. 5. Contidos para competir. 6. Futuro para a TV en aberto. |
| - Márketing dixital | <ol style="list-style-type: none"> 1. Plan de márketing: Etapas na realización do plan de márketing e integración do márketing dixital. 2. SEO e SEM: Introducción e exemplos. 3. Vídeo e móbil márketing: Introducción e exemplos. |

Planificación

| Metodoloxías / probas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas traballo autónomo | Horas totais |
|--------------------------|------------------------------------|---|-------------------------|--------------|
| Prácticas de laboratorio | A1 A2 A6 A18 B2 C3 | 4 | 36 | 40 |
| Traballos tutelados | A1 A6 A9 A12 A18 | 5 | 45 | 50 |
| Seminario | A1 A2 A10 A12 A13 A14 A16 B1 B9 | 22.5 | 0 | 22.5 |
| Atención personalizada | | 0 | 0 | 0 |

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

Metodoloxías

| Metodoloxías | Descrición |
|--------------------------|---|
| Prácticas de laboratorio | Creación dun formulario en Google Forms sobre a temática do traballo fin de grao do alumno. |
| Traballos tutelados | Deseño dun produto para liderar o entretemento nos próximos 10 anos. |
| Seminario | Clases presenciais con profesionais de recoñecido prestixio nas que trasladan aos alumnos os contidos nucleares da materia. |

Atención personalizada

| Metodoloxías | Descrición |
|---|---|
| Prácticas de laboratorio Traballos tutelados | A atención personalizada que se describe para estas metodoloxías concíbese como momentos de traballo presencial co profesor para a atención e seguimento do traballo realizado por cada alumno. Implican unha participación obrigatoria para o alumnado. A forma e o momento en que se desenvolverá indícarase en relación a cada actividade ao longo do curso segundo o plan de traballo da materia. |

Avaliación



| Metodoloxías | Competencias / Resultados | Descrición | Cualificación |
|--------------------------|---------------------------|---|---------------|
| Prácticas de laboratorio | A1 A2 A6 A18 B2 C3 | En relación coas prácticas de laboratorio valorarase: <ul style="list-style-type: none"> - Corrección dos textos segundo o Libro de Estilo. - O manexo das ferramentas informáticas explicadas en clase. - O tratamento dunha linguaxe propia do contexto disciplinar. - A adecuación metodolóxica das propostas de traballo. - A profundidade do contido. | 50 |
| Traballos tutelados | A1 A6 A9 A12 A18 | En relación cos traballos tutelados valorarase: <ul style="list-style-type: none"> - A adecuación metodolóxica das propostas de traballo. - A profundidade do contido. - O dominio das aplicacións utilizadas na elaboración das propostas socioeducativas. - O tratamento dunha linguaxe propia do contexto disciplinar. - A utilización de fontes documentais complementarias e actuais. - A presentación e a claridade da exposición. | 50 |

Observacións avaliación

Fontes de información

| | |
|------------------------------------|--|
| Bibliografía básica | García de Castro, M. (2014) Información Audiovisual en el entorno digital, Tecnos, Madrid. Peralta, M. (2012) Teleinformativos. La noticia digital en televisión, Editorial UOC, Barcelona. Poveda, M. A. (2013) Periodismo televisivo, Centro de Estudios Financieros, Madrid. Resano, H. (2016) La trastienda de un informativo. Alienta Editorial, Barcelona. Kotler, Philip (2017) Marketing, 16ª edición. Editorial: Addison-wesley. Ashok, Charan (2015) A Practitioner's Guide to Marketing Analytics and Research Methods. Ed: World Scientific. Santemases, M. (2010) Marketing: Conceptos y estrategias. Ed. Pirámide. Anderson, Chris (2006) The Long Tail. Why the Future of Business is Selling Less of More. Hyperion, NY. Gilder, George (1992) Life After Television. The Coming Transformation of Media and American Life. WW Norton & Company, NY. Wolff, Michael (2015) Television is the New Television. The Unexpected Triumph of Old Media in the Digital Age. Portfolio Penguin, NY. Anand, Bharat (2016) The Content Trap. A Strategist's Guide to Digital Change. Random House, NY. |
| 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 recomenda 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