



Guía Docente

Datos Identificativos					2021/22
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	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	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: 1.1. Lecciones sobre o mercado. 1.2. Descripción de situación actual. 2. Triángulo: 2.1. Producto + Marketing + Técnica; en Desarrollo Financiero + Visión Conxunto.



- 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.
- Márketing dixital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análise e ferramentas de análises da contorna dixital. 2. Obxectivos e estratexia competitiva e funcional. 3. Estratexia de comunicación, medios dixitais: SEO, SEM, Vídeo e móbil márketing. 4. Proposta de accións do plan de márketing dixital. 5. Implementación e medición do plan.

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	<ul style="list-style-type: none"> - Creación dun Customer Journey ideal dos clientes potenciais dos proxectos de fin de grao dos alumnos. - Desenvolvemento dunha enquisa para coñecer máis aos clientes potenciais dos proxectos de fin de grao dos alumnos.
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 indicárase 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: - 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: - 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