



Guía docente

Datos Identificativos					2021/22
Asignatura (*)	Contexto Tecnológico Profesional y del Usuario		Código	616531006	
Titulación	Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual				
Descriptorios					
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos	
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Primero	Optativa	3	
Idioma	Castellano				
Modalidad docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	Departamento profesorado máster Humanidades Socioloxía e Ciencias da Comunicación				
Coordinador/a	Arrojo Baliña, María José	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es		
Profesorado	Arrojo Baliña, María José	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es		
Web					
Descripción general	Conocimiento experto del entorno tecnológico relacionado con la comunicación de contenidos informativos, tanto desde el punto de vista del usuario o consumidor de la información, como desde el punto de vista profesional.				



Plan de contingencia	<p>1. Modificaciones en los contenidos</p> <p>No se realizarán cambios</p> <p>2. Metodologías</p> <p>Metodologías docentes que se mantienen</p> <p>? Seminarios profesionales</p> <p>? Prácticas de laboratorio (poden facerse online, con atención personalizada, computa na avaliación)</p> <p>- Discusión dirigida</p> <p>Metodologías docentes que se modifican</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada al alumnado</p> <p>? Correo electrónico: Diariamente. De uso para hacer consultas, solicitar encuentros virtuales para resolver dudas y hacer el seguimiento de los trabajos tutelados.</p> <p>- Google Docs: para compartir materiais dos profesores e profesionais que imparten docencia.</p> <p>? Teams: esta plataforma se utilizará para las clases magistrales, los seminarios con profesionales, según el horario establecido, y para el seguimiento y apoyo en la realización de las ?prácticas en laboratorio?. Esta dinámica permite hacer un seguimiento normalizado y ajustado a las necesidades del aprendizaje del alumando para desarrollar el trabajo de la materia. A través de Teams los alumnos también pueden trasladar consultas.</p> <p>4. Modificaciones en la evaluación</p> <p>Observaciones de evaluación:</p> <p>Se mantienen las mismas que figuran en la guía docente, excepto que:</p> <p>? Las referencias al cómputo de la asistencia, que solo se realizará respeto de las sesiones que hubo presenciales hasta el momento en el que se suspendió la actividad presencial.</p> <p>REQUISITOS PARA SUPERAR LA MATERIA:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Asistir y participar regularmente en las actividades de la clase. 2. Obtener una puntuación del 50% del peso de cada una de las partes objeto de evaluación 3. Entregar y exponer los trabajos tutelados en la fecha que se indique. 4. La oportunidad de julio estará sometida a los mismos criterios que la de junio. <p>5. Modificaciones de la bibliografía o webgrafía</p> <p>- No se realizarán cambios</p>
-----------------------------	---

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A3	CE3. Conocer las técnicas de creación y producción de contenidos comunicativos
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
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
A15	CE15 - Desarrollar habilidades y destrezas para verificar fuentes de información fiables
A16	CE16 - Planificar e implementar acciones de comunicación y generación de contenidos en redes sociales, para proyectos informativos y de entretenimiento
A17	CE17 - Conocer y analizar los nuevos lenguajes y narrativas de los medios de comunicación digitales para contenidos informativos y de entretenimiento



A18	CE18 - Incorporar habilidades creativas para la generación de contenidos y recursos en el entorno periodístico y audiovisual
B7	CG3 - Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida
B9	CG6 - Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponibles para resolver problemas con los que deben enfrentarse
C2	CT6 - Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias del título		
Conocimiento del entorno tecnológico de la comunicación de contenidos informativos.	AP3 AP6 AP9 AP13 AP14 AP15 AP16 AP17 AP18	BP7 BP9	CP2

Contenidos	
Tema	Subtema
-Contexto tecnológico del usuario.	1. Estudio de la empresa WeBlogs: la historia, la visión, la estrategia, el modelo de negocio, los procesos, el talento, las métricas, productos y herramientas de trabajo. 2. Branded Content.



-Contexto industrial.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Flujos de trabajo en la redacción digital: <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Diseño de las webs de medios generalistas 1.2 Digitalización de las redacciones y flujos de trabajo en el entorno digital. 2. Gestores de contenidos. WALTER: <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Creación y edición de contenidos: noticias, retransmisiones en directo, álbumes, vídeos y gráficos. 2.2 Gestión de portadas y secciones: categorización y etiquetado de los contenidos y administración del composer. 2.3 Walter mini: creación y publicación de contenidos desde dispositivos móviles. 2.4 SGDVoz: monitorización de teletipos y corte de fotografía digital. 3. Tendencias que determinarán los próximos años <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Brands & Marketing 3.2 Culture 3.3. Tech & Innovation 3.4. Retail 3.5. Health 4. Medios <ol style="list-style-type: none"> 4.1. ¿Tienen sentido el periodismo sin publicidad? <ol style="list-style-type: none"> 4.1.1. "EL ESPAÑOL" (la historia verdadera) 4.1.2 Tortoise Media 4.2. Publicidad sin periodismo 4.3. Los medios como movimiento 4.4. Las marcas, los nuevos medios 4.5. El nuevo papel del director de contenidos 5. Content marketing <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Qué es 5.2. Quién lo está haciendo (bien) 6. Desafíos <ol style="list-style-type: none"> 6.1. Economía de la atención 6.2. Cómo saber de qué hablar 6.3. Cómo medir éxito (ROI) 7. Cultura de las organizaciones <ol style="list-style-type: none"> 7.1. Qué es la cultura 7.2. Tipos de culturas 7.3. Por qué la cultura importa 7.4. Marketing de contenidos centrado en la cultura de las organizaciones 8. Análisis de casos de referencia <ol style="list-style-type: none"> 8.1. "Diario Público" y su transformación digital <ol style="list-style-type: none"> 8.1.1. Valores de negocio, misión e historia 8.1.2. Proceso de transformación digital 8.1.3. Del análisis de datos a la información con valor añadido 8.1.4. Modelos de muros de pago 9.1 Historia: NewsCorp, The Daily, The Times, Snapchat, LYXSTREET
-----------------------	---

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Prácticas de laboratorio	A14 A15 A16 A18 B7	3	33	36



Discusión dirixida	A6 A17	2	16	18
Seminario	A3 A9 A13 B9 C2	16	5	21
Atención personalizada		0		0
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio	Aprendizaje del uso de ferramentas básicas en una redacción como Walter para la redacción de textos en una redacción digital.
Discusión dirixida	Exposición por parte de diferentes profesionais do área tecnolóxica de los medios de la evolución del sector y puesta en común y discusión con los alumnos del futuro de los medios en este aspecto.
Seminario	Clases presenciales con profesionais de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Seminario Prácticas de laboratorio Discusión dirixida	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.

Evaluación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Calificación
Prácticas de laboratorio	A14 A15 A16 A18 B7	En relación con las prácticas de laboratorio se valorará: - El manejo de las ferramentas informáticas explicadas en clase. - El tratamento de un lenguaje propio del contexto disciplinar. - La adecuación metodolóxica de las propostas de traballo. - La profundidade del contenido.	100

Observacións avaliación

Fuentes de información	
Básica	- ISMAEL NAFRÍA (). La reinención de The New York Times. Independent Publishing Platform
Complementaria	

Recomendacións
Asignaturas que se recomenda haber cursado previamente
Asignaturas que se recomenda cursar simultaneamente
Asignaturas que continúan el temario
Otros comentarios



(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías