



Teaching Guide

| Identifying Data | | | | | 2021/22 |
|--------------------------|---|--------|--------------------------|---------|---------|
| Subject (*) | Management of Journalistic and Audiovisual Content | Code | 616531001 | | |
| Study programme | Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual | | | | |
| Descriptors | | | | | |
| Cycle | Period | Year | Type | Credits | |
| Official Master's Degree | 1st four-month period | First | Obligatory | 4.5 | |
| Language | Spanish | | | | |
| Teaching method | Face-to-face | | | | |
| Prerequisites | | | | | |
| Department | Departamento profesorado máster Humanidades Socioloxía e Ciencias da Comunicación | | | | |
| Coordinador | Arrojo Baliña, María José | E-mail | maria.jose.arrojo@udc.es | | |
| Lecturers | Arrojo Baliña, María José | E-mail | maria.jose.arrojo@udc.es | | |
| Web | | | | | |
| General description | 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. | | | | |
| Contingency plan | <p>1. Modifications to the contents</p> <p>2. Methodologies</p> <p>*Teaching methodologies that are maintained</p> <p>*Teaching methodologies that are modified</p> <p>3. Mechanisms for personalized attention to students</p> <p>4. Modifications in the evaluation</p> <p>*Evaluation observations:</p> <p>5. Modifications to the bibliography or webgraphy</p> | | | | |

Study programme competences / results

| Code | Study programme competences / results |
|------|---|
| 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 |

| Learning outcomes | | | |
|--|--|------------|-----|
| Learning outcomes | Study programme competences / results | | |
| Comprensión do novo escenario dixital para a xestión de contidos informativos e de entretemento. | AJ1 AJ2 | | |
| Coñecemento da contorna legal do sector. | AJ10 | | |
| Desenvolvemento de estratexias de programación en canles xeneralistas e de pago. | AJ6 AJ9 AJ12 AJ13 AJ16 AJ18 | BJ2 | |
| Implantación de estratexias de posicionamento de contidos xornalísticos e de entretemento na contorna dixital. | AJ14 | BJ1 BJ9 | CJ3 |
| Desenvolvemento de accións de márketing dixital. | AJ6 AJ14 AJ16 AJ18 | BJ2 BJ9 | |
| Estudo de análise de audiencias. | AJ9 | | |

| Contents | |
|------------------------------------|---|
| Topic | Sub-topic |
| - Transformación do consumo | 1. Introducción: 1.1. Leccións sobre o mercado. 1.2. Descrición de situación actual. 2. Triángulo: 2.1. Produto + Marketing + Técnica; en Desenvolvemento Financiero + Visión Conxunta. |
| - Novas contornas e novos contidos | 1. Obxectivos, procesos e resultados na contorna dixital 2. Unha nova maneira de entendelomaudiovisual 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 | 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. |
|---------------------|---|

| Planning | | | | |
|------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|-------------|
| Methodologies / tests | Competencies / Results | Teaching hours (in-person & virtual) | Student?s personal work hours | Total hours |
| Laboratory practice | A1 A2 A6 A18 B2 C3 | 4 | 36 | 40 |
| Supervised projects | A1 A6 A9 A12 A18 | 5 | 45 | 50 |
| Seminar | A1 A2 A10 A12 A13 A14 A16 B1 B9 | 22.5 | 0 | 22.5 |
| Personalized attention | | 0 | 0 | 0 |

(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

| Methodologies | |
|---------------------|--|
| Methodologies | Description |
| Laboratory practice | <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. |
| Supervised projects | Deseño dun produto para liderar o entretemento nos próximos 10 anos. |
| Seminar | Clases presenciais con profesionais de recoñecido prestixio nas que trasladan aos alumnos os contidos nucleares da materia. |

| Personalized attention | |
|--|---|
| Methodologies | Description |
| Laboratory practice Supervised projects | 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. |

| Assessment | | | |
|---------------------|------------------------|--|---------------|
| Methodologies | Competencies / Results | Description | Qualification |
| Laboratory practice | 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 |
| Supervised projects | 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 |

| Assessment comments |
|---------------------|
|---------------------|



Sources of information

| | |
|----------------------|--|
| Basic | 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. |
| Complementary | RECURSOS WEB 1. Marketing Directo http://www.marketingdirecto.com/2 . Instituto Nacional de Estadística http://www.ine.es/3 . Datacentric: www.datacentric.es/4 . ONTSI: www.ontsi.red.es/5 . IAB: www.iabspain.es |

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus

Other comments

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.