



| Guia docente          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |                    |                          |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------------|--------------------------|
| Datos Identificativos |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |                    | 2022/23                  |
| Asignatura (*)        | Gestión de Contenidos Periodísticos y Audiovisuales                                                                                                                                                                                                                                                                                     |         | Código             | 616531001                |
| Titulación            | Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual                                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                    |                          |
| Descriptor            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |                    |                          |
| Ciclo                 | Periodo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Curso   | Tipo               | Créditos                 |
| Máster Oficial        | 1º cuatrimestre                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Primero | Obligatoria        | 4.5                      |
| Idioma                | Castellano                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |         |                    |                          |
| Modalidad docente     | Presencial                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |         |                    |                          |
| Prerrequisitos        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |                    |                          |
| Departamento          | 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                   | www.mpxa.net                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |         |                    |                          |
| Descripción general   | Comprensión del nuevo escenario digital para la gestión de contenidos informativos y de entretenimiento; entorno legal; estrategias de programación en canales generalistas y de pago; estrategias de posicionamiento de contenidos periodísticos y de entretenimiento en el entorno digital; márketing digital; análisis de audiencia. |         |                    |                          |

| Competencias del título |                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código                  | Competencias del 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 de aprendizaje |                         |
|---------------------------|-------------------------|
| Resultados de aprendizaje | Competencias del título |



|                                                                                                                        |                                            |            |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|------------|-----|
| Comprensión del nuevo escenario digital para la gestión de contenidos informativos y de entretenimiento.               | AP1<br>AP2<br>AP6<br>AP9<br>AP12<br>AP14   |            |     |
| Conocimiento del entorno legal del sector.                                                                             | AP10                                       |            |     |
| Desarrollo de estrategias de programación en canales generalistas y de pago.                                           | AP6<br>AP9<br>AP12<br>AP13<br>AP16<br>AP18 | BP2        |     |
| Implantación de estrategias de posicionamiento de contenidos periodísticos y de entretenimiento en el entorno digital. | AP14                                       | BP1<br>BP9 | CP3 |
| Desarrollo de acciones de márketing digital.                                                                           | AP6<br>AP14<br>AP16<br>AP18                | BP2<br>BP9 |     |
| Estudio de análisis de audiencias.                                                                                     | AP9                                        |            |     |

| Contenidos                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tema                         | Subtema                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| - Transformación del consumo | <p>1. - Introducción: Transformación Digital.</p> <p>1a. - Análisis situación actual del mercado audiovisual.</p> <p>1b. - Del Broadband al broadcast.</p> <p>1c. - Disrupción: 2005 - Youtube</p> <p>2. - Triángulo: Contenido ? Tecnología ? Marketing.</p> <p>3. - Mapping Mercado: ¿Cómo se estructura?.</p> <p>4. - Cadena de Valor: elementos, dinámica.</p> <p>5. - Transformación Digital: Casos Walmart y Nike.</p> <p>5a. - DNA de las propuestas.</p> <p>5b. - Identificación tendencias.</p> <p>6. - Triángulo y la era del Móvil.</p> <p>7. - Mundo audiovisual hoy:</p> <p>7a. - Players</p> <p>7b. - Dinámica</p> <p>7c. - Industria</p> |



|                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| - Nuevos entornos, nuevos contenidos, nueva programación y nueva audiencia | <p>1. Objetivos, procesos y resultados en el entorno digital.</p> <p>2. Una nueva forma de entender el audiovisual.</p> <p>2a.- Nuevos contenidos.</p> <p>2b.- Nuevas formas de producción.</p> <p>2c.- Nuevas vías de distribución.</p> <p>2d.- Nueva programación y audiencia</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| - Entorno legal e industrial                                               | <p>1. Identificar qué es calidad y qué rasgos la definen.</p> <p>2. Requisitos necesarios para elaborar productos de calidad en mercados altamente competitivos.</p> <p>3. Vinculación entre la calidad a la cultura de innovación permanente.</p> <p>4. La calidad como herramienta estratégica para lograr una ventaja competitiva sostenible a largo plazo.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| - Márketing digital                                                        | <p>1. Análisis y herramientas de análisis del entorno digital.</p> <p>2. Objetivos y estrategia competitiva y funcional.</p> <p>3. Estrategia de comunicación, medios digitales: SEO, SEM, Video y móvil marketing.</p> <p>4. Propuesta de acciones del plan de márketing digital.</p> <p>5. Implementación y medición del plan.</p> <p>Partiendo de una visión global de la función de márketing, se recorrerán las distintas etapas que componen el proceso de márketing en la empresa:</p> <p>? Investigación de mercados.</p> <p>? Análisis DAFO</p> <p>? Estrategia de márketing.</p> <p>? Establecimiento de objetivos.</p> <p>? Estrategia: Segmentación, diferenciación y posicionamiento.</p> <p>? Estrategias del márketing mix: Producto, Precio, Distribución, Comunicación (medios digitales).</p> <p>? Diseño de un Plan de márketing.</p> |

| Planificación                                                                                                                     |                                    |                    |                                          |               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|--------------------|------------------------------------------|---------------|
| Metodologías / pruebas                                                                                                            | Competencias                       | Horas presenciales | Horas no presenciales / trabajo autónomo | Horas totales |
| Taller                                                                                                                            | A1 A6 A9 A18 B2 C3                 | 59                 | 22                                       | 81            |
| Seminario                                                                                                                         | A1 A2 A10 A12 A13<br>A14 A16 B1 B9 | 31                 | 0                                        | 31            |
| Atención personalizada                                                                                                            |                                    | 0.5                | 0                                        | 0.5           |
| (*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos |                                    |                    |                                          |               |

| Metodologías |
|--------------|
|--------------|



| Metodologías | Descrición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Taller       | 1.- Introducción al mercado actual y dimensión de la transformación del consumo<br><br>2.- Introducción a lanzamiento de un proyecto personal en equipo<br><br>3.- Creación de un Customer Journey ideal de los clientes potenciales de los proyectos de fin de máster.<br><br>4.- Desarrollo de encuesta para medir la audiencia potencial de los proyectos de fin de máster de los alumnos.<br><br>5.- Análisis de las tendencias de creación de obras documentales y formatos informativos. |
| Seminario    | Clases presenciales con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

## Atención personalizada

| Metodologías        | Descrición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Seminario<br>Taller | La atención personalizada que se describe para estas metodologías y denominadas "Tutorías" en la memoria de verificación del título, se concibe como momentos de trabajo presencial con el profesor para la atención y seguimiento del trabajo realizado por cada alumno. Implican una participación obligatoria para el alumnado. La forma y el momento en que se desenvolverá se indicará en relación a cada actividad a lo largo del curso según el plan de trabajo de la materia. |

## Evaluación

| Metodologías | Competencias                       | Descrición                                                                                                                                              | Calificación |
|--------------|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Seminario    | A1 A2 A10 A12 A13<br>A14 A16 B1 B9 | Se incluye dentro de Seminario el método de evaluación de "INTERVENCIÓN DEL ALUMNO EN EL AULA" que se refleja en la memoria de verificación del título. | 50           |



|        |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |    |
|--------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Taller | A1 A6 A9 A18 B2 C3 | <p>Se incluye dentro de Taller el método de evaluación de "TRABAJOS PRÁCTICOS" reflejado en la memoria de verificación del título, consistente en:</p> <p>Análisis, Reflexión y Metodología para desarrollar un proyecto personal:</p> <p>1.- Introducción al mercado actual y dimensión de la transformación del consumo (creación Grupos de Trabajo),</p> <p>2.- Introducción a lanzamiento de un proyecto personal en equipo (desarrollo de propuestas por equipos).</p> <p>3.- Presentación Grupos de trabajo (conclusiones).</p> <p>4.- Creación de un Customer Journey ideal de los clientes potenciales de los proyectos de fin de máster.</p> <p>5.- Desarrollo de encuesta para medir la audiencia potencial de los proyectos de fin de máster de los alumnos.</p> <p>6.- Análisis de las tendencias de creación de obras documentales y formatos informativos.</p> | 50 |
|--------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

## Observaciones evaluación

## Fuentes de información

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Básica         | <p>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 &amp; 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.</p> |
| Complementaria | <p>RECURSOS WEB 1. Marketing Directo <a href="http://www.marketingdirecto.com/2">http://www.marketingdirecto.com/2</a>. Instituto Nacional de Estadística <a href="http://www.ine.es/3">http://www.ine.es/3</a>. Datacentric: <a href="http://www.datacentric.es">www.datacentric.es</a>4. ONTSI: <a href="http://www.ontsi.red.es">www.ontsi.red.es</a>5. IAB: <a href="http://www.iabspain.es">www.iabspain.es</a></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

## Recomendaciones

### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

### 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