



Guía docente				
Datos Identificativos				2022/23
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	Enxeñaría Civil Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador/a	Arrojo Baliña, María José	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es	
Profesorado	Arrojo Baliña, María José García Aradas, Cristina	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es c.garadas@udc.es	
Web	www.mpxa.net			
Descripción general	<p>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.</p> <p>En la memoria de máster verificada por el Ministerio se aplicó una media de 14 horas presenciales por crédito ECTS. No obstante, el máster ha tenido que adaptarse a la normativa de la UDC que establece que las horas presenciales y no presenciales se distribuirán de la siguiente forma: 1 crédito ECTS implica 7 horas de clase presencial y 18 horas de trabajo autónomo del estudiante, y que la presencialidad no puede superar el 40% del total de la dedicación del estudiante.</p>			

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados 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 / Resultados del título



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

Contenidos	
Tema	Subtema
-Contexto tecnológico del usuario.	<ol style="list-style-type: none">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 profesional.

1. Flujos de trabajo en escritura digital:

1.1. Diseño de sitios web de medios generales

1.2. Digitalización de ensayos y flujos de trabajo en el entorno digital.

2. Gestores de contenidos. WALTER:

2.1 Creación y edición de contenidos: noticias, transmisiones en vivo, álbumes, videos y gráficos.

2.2 Gestión de portadas y secciones: categorización y etiquetado de los contenidos y administración del compositor.

2.3 Walter mini: creación y publicación de contenidos desde dispositivos móviles.

2.4 SGDVoz: monitoreo de teletipo y corte de fotografía digital.

3. Tendencias que marcarán los próximos años:

3.1 Marcas y marketing

3.2 Cultura

3.3. Tecnología e innovación

3.4. Venta minorista

3.5. Salud

4. Medios:

4.1. ¿Tiene sentido el periodismo sin publicidad?:

4.1.1. "EL ESPAÑOL" (la historia real)

4.1.2. Tortoise Media

4.2. Publicidad sin periodismo

4.3. Los medios como movimiento

4.4. Marcas, nuevos medios

4.5. El nuevo rol del director de contenidos

5. Márketing de contenidos:

5.1. Qué es

5.2. Quién lo está haciendo (bien)

6. Desafíos:

6.1. Economía de la atención

6.2. Cómo saber de qué hablar

6.3. Cómo medir el éxito (ROI)

7. Cultura de las organizaciones:

7.1. Qué es cultura

7.2. Tipos de culturas

7.3. Por qué importa la cultura



7.4. Márketing de contenidos enfocado en la cultura de las organizaciones

8. Análisis del caso de referencia:

8.1. "Diario Público" y su transformación digital:

8.1.1. Valores empresariales, misión e historia

8.1.2. Proceso de transformación digital

8.1.3. Del análisis de datos a la información de valor añadido

8.1.4. Modelos de muros de pago

9. Historia: NewsCorp, The Daily, The Times, Snapchat, LYXSTREET.



Planificación

Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Sesión magistral	A6 A17	11	0	11
Taller	A3 A6 A9 A13 A14 A15 A16 A17 A18 B7 B9 C2	13	40	53
Seminario	A3 A9 A13 B9 C2	10	0	10
Atención personalizada		1	0	1

(*) Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

Metodologías

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Clases presenciales con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura.



<p>Taller</p>	<p>Se corresponde con lo que en la memoria verificada se denomina "Talleres/laboratorio". En esta asignatura los contenidos están centrados en aprender a usar herramientas básicas en una redacción:</p> <p>1.-WALTER.</p> <p>1.1. - Creación y edición de contenidos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Noticias - Transmisiones en vivo - Álbumes - Vídeos - Gráficos <p>1.2. - Gestión de cubiertas y secciones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Categorización y etiquetado de contenidos - Administración de compositores <p>1.3.- Walter mini</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creación y publicación de contenidos desde dispositivos móviles. - SGDVoZ: Seguimiento de teletipos y corte de fotografía digital. <p>2.- Estrategias utilizadas en las redes sociales</p> <p>Facebook Instagram Gorjeo Tik Tok</p> <p>3.- Otras herramientas de escritura digital.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dogtrack, una plataforma de administración de RR.SS. - Chartbeat, servicio de análisis de audiencia. - Sistema de gestión de vídeo Brightcove. - Spike, herramienta de seguimiento de medios y localización de "trending topics".
<p>Seminario</p>	<p>Sesiones impartidas por profesionales relevantes del sector donde cuentan su día a día y la evolución de su empresa.</p>

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
<p>Taller Sesión magistral Seminario</p>	<p>La atención personalizada descrita para estas metodologías y se denomina "Tutorías" en la memoria de verificación del título, se concibe como momentos de trabajo cara a cara con el profesor para la atención y seguimiento del trabajo realizado por cada alumno. Implican la participación obligatoria de los estudiantes. La forma y el momento en que se desarrollará se indicará en relación a cada actividad a lo largo del curso según el plan de trabajo de la materia.</p>

Evaluación



Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Calificación
Taller	A3 A6 A9 A13 A14 A15 A16 A17 A18 B7 B9 C2	<p>Se inclúe dentro de Taller o método de avaliación de "TRABAJOS PRÁCTICOS" reflejado na memoria de verificación do título, consistentes en:</p> <p>WALTER CMS:</p> <p>Escriba un boletín temático gratuito e cárguelo en Walter-test con estas especificacións:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipo de contido: noticias - Categoría de proba de Walter - A noticia debe ter unha foto ou un álbum. Tamaño da imaxe para publicar na web: 1280 x 720. - Incrustar ao menos un contido social relacionado co tema escollido: youtube, twitter, facebook, instagram, etc. - En os campos "Título da portada" e "Encabezado da portada", escriba o título e a pista que se usaría para compartir a noticia en Facebook. - En canto a os estilos, utilice os que considere convenientes: ladrillos, segundo título, resaltados, comillas, etc. - Se valorará o acabado final dos contidos xa publicados na web (siempre con a categoría walter-test). <p>INDESIGN:</p> <p>Maquetación e deseño da información en InDesign, seguindo os lineamentos de lo aprendido en o módulo, hasta o resultado final, con foto e texto real.</p>	80
Seminario	A3 A9 A13 B9 C2	<p>El Seminario inclúe a "INTERVENCIÓN DEL ALUMNO EN EL AULA" como método de avaliación que se reflicte na memoria de verificación do título.</p>	20

Observacións avaliación

Fuentes de información

Básica	- ISMAEL NAFRÍA (2017). La reinvencción de The New York Times. Independent Publishing Platform
Complementaria	

Recomendacións

Asignaturas que se recomenda 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