



Guía Docente				
Datos Identificativos			2020/21	
Asignatura (*)	Xestión de Contidos Xornalísticos e Audiovisuais	Código	616531001	
Titulación				
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	4.5
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Departamento profesorado másterHumanidadesSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Arrojo Baliña, María José	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es	
Profesorado	Arrojo Baliña, María José Fernandez Sanchez, Carlos Porto Pedrido, José Ramón Romero Sullá, Pablo Sánchez-Tabernero Sánchez, Alfonso	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.			



Plan de continxencia	1. Modificacións nos contidos Non se realizarán cambios 2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se manteñen ? Sesión maxistral ? Traballos tutelados (con Atención personalizada) (computa na avaliación) ? Seminarios con profesionais *Metodoloxías docentes que se modifican Práctica en laboratorio (non se realizará, xa que a avaliación destes coñecementos se incorpora a metodoloxía dos ?Traballos tutelados?) 3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado ? Correo electrónico: Diariamente. De uso para facer consultas, solicitar encontros virtuais para resolver dúbidas e facer o seguimento dos traballos tutelados. - Google Docs: para compartir materiais dos profesores e profesionais que imparten docencia. ? 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. 4. Modificacións na avaliación Traballos tutelados (100%): 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. *Observacións de avaliación: Mantéñense as mesmas que figuran na guía docente, agás que: ? As referencias ao cómputo da asistencia, que só se realizará respecto das sesión que houbo presencial ate o momento no que se suspendeu a actividade presencial. REQUISITOS PARA SUPERAR A MATERIA: 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. 5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía - Non se realizarán cambios
-----------------------------	---

Competencias do título

Código	Competencias do título
--------	------------------------



Resultados da aprendizaxe

Resultados de aprendizaxe	Competencias 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 á transformación dixital como dinámica de mercado. 2. A disrupción no modelo audiovisual: 2.1. Evolución dende 1980 ata 2018. 2.2. Ordenamento do sector: Cadea de Valor. 3. Introducción á dirección dun proxecto na Industria Audiovisual.
- 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.
- Programación e audiencia	1. Modelos de consumo da TV. 2. Cambios no consumo, evolución do sector e motores do cambio. 3. O produto propio do pago: efectos sobre a TV en aberto e o espectador. 4. As estratexias da TV en aberto. 5. Contidos para competir. 6. Futuro para a TV en aberto.
- Márketing dixital	1. Plan de márketing: Etapas na realización do plan de márketing e integración do márketing dixital. 2. SEO e SEM: Introducción e exemplos. 3. Vídeo e móbil márketing: Introducción e exemplos.



Planificación

Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / 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	Creación dun formulario en Google Forms sobre a temática do traballo fin de grao do alumno.
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	Descrición	Cualificación
Prácticas de laboratorio	A1 A2 A6 A18 B2 C3	En relación coas prácticas de laboratorio valorárase: - 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 valorárase: - 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.es 4. ONTSI: www.ontsi.red.es 5. 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 de acordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías