



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2018/19
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	HumanidadesSocioloxía 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				

Study programme competences

Code	Study programme competences
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		
Comprensión del nuevo escenario digital para la gestión de contenidos informativos y de entretenimiento.	AJ1		
	AJ2		
Conocimiento del entorno legal del sector.	AJ10		



Desarrollo de estrategias de programación en canales generalistas y de pago.	AJ6 AJ9 AJ12 AJ13 AJ16 AJ18	BJ2	
Implantación de estrategias de posicionamiento de contenidos periodísticos y de entretenimiento en el entorno digital.	AJ14	BJ1 BJ9	CJ3
Desarrollo de acciones de márketing digital.	AJ6 AJ14 AJ16 AJ18	BJ2 BJ9	
Estudio de análisis de audiencias.	AJ9		

Contents	
Topic	Sub-topic
- Transformación del consumo	- Introducción a Industria del audiovisual 2018. - Ordenamiento del sector: Cadena de Valor. - El Audiovisual en la era del Broadband. Del origen a nuestros días. - Horizonte +2020.
- Nuevos entornos y nuevos contenidos	
- Entorno legal	
- Programación y audiencia	
- Márketing digital	- Plan de marketing: Etapas en la realización del plan de marketing e integración del marketing digital. - SEO y SEM: Introducción y ejemplos. - Video y móvil marketing: Introducción y ejemplos.

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Multiple-choice questions	A1 A2	5	25	30
Laboratory practice	A1 A2 A6 A18 B2 C3	10	40	50
Directed discussion	A1 A2 A9 A13	2.5	5	7.5
Supervised projects	A1 A6 A9 A12 A18	3	6	9
Seminar	A1 A2 A10 A12 A14 A16 B9 B1	12	4	16
Personalized attention		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
Multiple-choice questions	Valoración de los conceptos adquiridos por el alumno mediante una prueba tipo test.
Laboratory practice	Creación de un formulario en Google Forms sobre la temática del trabajo fin de grado del alumno.
Directed discussion	Debate de los casos de éxito analizados.
Supervised projects	Diseño de un producto para liderar el entretenimiento en los próximos 10 años.
Seminar	Clases presenciales con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura



Personalized attention

Methodologies	Description
Directed discussion Laboratory practice Multiple-choice questions Supervised projects	La atención personalizada que se describe para estas metodologías 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.

Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Directed discussion	A1 A2 A9 A13	Defensa oral de los resultados obtenidos por los alumnos	10
Laboratory practice	A1 A2 A6 A18 B2 C3	En relación con las prácticas de laboratorio se valorará: - Corrección de los textos según el Libro de Estilo. - El manejo de las herramientas informáticas explicadas en clase. - El tratamiento de un lenguaje propio del contexto disciplinar. - La adecuación metodológica de las propuestas de trabajo. - La profundidad del contenido.	40
Multiple-choice questions	A1 A2	La prueba tipo test corresponde al examen final sobre evaluación de los contenidos teóricos de la materia. Consistirá en dar respuesta a varias cuestiones de carácter comprensivo que implicarán un tratamiento global e integrado de los contenidos teóricos abordados a lo largo del curso.	40
Supervised projects	A1 A6 A9 A12 A18	En relación con los trabajos tutelados se valorará: - La adecuación metodológica de las propuestas de trabajo. - La profundidad del contenido. - El dominio de las aplicaciones utilizadas en la elaboración de las propuestas socioeducativas. - El tratamiento de un lenguaje propio del contexto disciplinar. - La utilización de fuentes documentales complementarias y actuales. - La presentación y la claridad de la exposición.	10

Assessment comments

--

Sources of information

Basic	García de Castro, M. Información Audiovisual en el entorno digital, Tecnos, Madrid, 2014. Peralta, M. Teleinformativos. La noticia digital en televisión, Editorial UOC, Barcelona, 2012. Poveda, M. A. Periodismo televisivo, Centro de Estudios Financieros, Madrid, 2013. Resano, H. La trastienda de un informativo. Alianza Editorial, Barcelona, 2016. KOTLER PHILIP. (2017): Marketing, 16ª edición. Editorial: Addison-wesley. CHARAN ASHOK. (2015): A Practitioner's Guide to Marketing Analytics and Research Methods. Ed: World Scientific. SANTESMASES, M. (2010): Marketing: Conceptos y estrategias. Ed. Pirámide.
Complementary	RECURSOS WEB 1. Marketing Directo http://www.marketingdirecto.com/2 . Instituto Nacional de Estadística http://www.ine.es/3 . Datacentric: www.datacentric.es4 . ONTSI: www.ontsi.red.es5 . 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.