



Guía Docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Xestión de Contidos Xornalísticos e Audiovisuais		Código	616531001
Titulación	Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	4.5
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	HumanidadesSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Arrojo Baliña, María José		Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es
Profesorado	Arrojo Baliña, María José		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.			

Competencias do título	
Código	Competencias do 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 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 a Industria do audiovisual 2018. 2. Ordenamento do sector: Cadea de Valor. 3. O Audiovisual na era do Broadband. Da orixe aos nosos días. 4. Horizonte +2020.
- 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	10.5	42	52.5
Traballos tutelados	A1 A6 A9 A12 A18	9	36	45



Seminario	A1 A2 A10 A12 A13 A14 A16 B1 B9	12	3	15
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	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.
Traballos tutelados	

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. 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. Alienta 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.
Bibliografía complementaria	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

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 dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías