



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2022/23
Subject (*)	Technological Professional and User Context		Code	616531006
Study programme	Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Official Master's Degree	1st four-month period	First	Optional	3
Language	Spanish			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	Enxeñaría CivilSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	Arrojo Baliña, María José	E-mail	maria.jose.arrojo@udc.es	
Lecturers	Arrojo Baliña, María José García Aradas, Cristina	E-mail	maria.jose.arrojo@udc.es c.garadas@udc.es	
Web	www.mpxa.net			
General description	Coñecemento experto da contorna tecnolóxica relacionada coa comunicación de contidos informativos, tanto dende o punto de vista do usuario ou consumidor da información, coma dende o punto de vista profesional. Na memoria de máster verificada polo Ministerio aplicouse unha media de 14 horas presenciais por crédito ECTS. Non obstante, o máster tivo que adaptarse á normativa da UDC que establece que as horas presenciais e non presenciais distribuiranse do seguinte xeito: 1 crédito ECTS implica 7 horas de clase presencial e 18 horas de traballo autónomo do estudante, e que a presencialidade non poderá superar o 40% do total da dedicación do estudante.			

Study programme competences

Code	Study programme competences
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

Learning outcomes

Learning outcomes	Study programme competences
-------------------	-----------------------------



Coñecemento da contorna tecnolóxica da comunicación de contidos informativos, tanto dende o punto de vista do usuario o consumidor da información, como dende o punto de vista profesional	AJ3	BJ7	CJ2
	AJ6	BJ9	
	AJ9		
	AJ13		
	AJ14		
	AJ15		
	AJ16		
	AJ17		
	AJ18		

Contents	
Topic	Sub-topic
-Contexto tecnolóxico do usuario.	1. Estudo da empresa WeBlogs: a historia, a visión, a estratexia, o modelo de negocio, os procesos, o talento, as métricas, produtos e ferramentas de traballo.
	2. Branded Content.



-Contexto profesional.

1. Fluxos de traballo na redacción dixital:

1.1. Deseño das webs de medios xeneralistas

1.2. Dixitalización das redaccións e fluxos de traballo na contorna dixital

2. Xestores de contidos. WALTER:

2.1. Creación e edición de contidos: noticias, retransmisións en directo, álbums, vídeos e gráficos

2.2. Xestión de portadas e seccións: categorización e etiquetaxe dos contidos e administración do composer

2.3. Walter mini: creación e publicación de contidos desde dispositivos móbiles

2.4. SGD Voz: monitoraxe de teletipos e corte de fotografía dixital

3. Tendencias que determinarán os próximos anos:

3.1. Brands & Marketing

3.2. Culture

3.3. Tech & Innovation

3.4. Retail

3.5. Health

4. Medios:

4.1. ¿Teñe sentido o xornalismo sen publicidade?:

4.1.1. "EL ESPAÑOL" (a historia verdadeira)

4.1.2. Tortoise Media

4.2. Publicidade sen xornalismo

4.3. Os medios como movemento

4.4. As marcas, os novos medios

4.5. O novo papel do director de contidos

5. Content márketing:

5.1. Qué é

5.2. Quén o está facendo (ben)

6. Desafíos:

6.1. Economía da atención

6.2. Cómo saber de que falar

6.3. Cómo medir éxito (ROI)

7. Cultura das organizacións:

7.1. Que é a cultura

7.2. Tipos de culturas

7.3. Por que a cultura importa



7.4. Marketing de contidos centrado na cultura das organizacións

8. Análise de casos de referencia:

8.1. “Diario Público” e a súa transformación dixital:

8.1.1. Valores de negocio, misión e historia

8.1.2. Proceso de transformación dixital

8.1.3. Da análise de datos á información con valor engadido

8.1.4. Modelos de muros de pago

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



Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student's personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	A6 A17	11	0	11
Workshop	A3 A6 A9 A13 A14 A15 A16 A17 A18 B7 B9 C2	13	40	53
Seminar	A3 A9 A13 B9 C2	10	0	10
Personalized attention		1	0	1
(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.				

Methodologies	
Methodologies	Description
Guest lecture / keynote speech	Clases presenciais con profesionais de recoñecido prestixio nas que trasladan aos alumnos os contidos nucleares da materia.



Workshop	Correspóndese co que ma memoria verificada denomínase "Talleres/laboratorio". Nesta asignatura os contidos están centrados na aprendizaxe do uso de ferramentas básicas nunha redacción: 1.-WALTER. 1.1. - Creación e edición de contidos. - Novas - Emisións en directo - Albums - Vídeos - Gráficos 1.2. - Xestión de portadas e seccións - Categorización e etiquetaxe de contidos - Administración de compositores 1.3.- Walter mini - Creación e publicación de contidos dende dispositivos móbiles. - SGDVOz: Seguimento de teletipos e corte de fotografía dixital. 2. - Estratexias empregadas nas redes sociais Facebook Instagram Twitter Tik Tok 3. - Outras ferramentas da redacción dixital. - Dogtrack, unha plataforma de administración de RR.SS. - Chartbeat, servizo de análise de audiencia. - Sistema de xestión de vídeo Brightcove. - Spike, ferramenta de seguimento de medios e localización de "trending topics".
Seminar	Sesións impartidas por profesionais relevantes do sector para contar o seu día a día e a evolución das empresas nas que traballan.

Personalized attention

Methodologies	Description
Workshop Guest lecture / keynote speech Seminar	A atención personalizada que se describe para estas metodoloxías denominadas "Titorías" na memoria de verificación do título, 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.

Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
---------------	--------------	-------------	---------------



Workshop	A3 A6 A9 A13 A14 A15 A16 A17 A18 B7 B9 C2	No Obradoiro recóllese o método de avaliación dos "TRABALLOS PRÁCTICOS" reflectido na memoria de verificación do título, consistente en: WALTER CMS: Escribir unha noticia de temática libre e cargala a Walter-test con estas especificacións: - Tipo de contido: noticias - Categoría test de Walter - A noticia debe ter unha foto ou un álbum. Tamaño das imaxes para publicar na web: 1280 x 720. - Incrustar alo menos un contido social relacionado co tema elexido: youtube, twitter, facebook, instagram, etc. - Nos campos "Título de portada" e "Lead de portada" escribir o título e a pista que se usaría para compartir as noticias en Facebook. - En canto a estilos, utilizar os que se consideren convintes: ladillos, segundo título, destacados, comiñas, etc. - Valorarase o acabado final dos contidos xa publicados na web (sempre coa categoría de walter-test). INDESIGN: Maquetación e deseño da información en InDesign, seguindo as pautas do aprendido no módulo, ata o resultado final, con foto e texto real.	80
Seminar	A3 A9 A13 B9 C2	O Seminario inclúe a "INTERVENCIÓN DO ALUMNO NA AULA" como método de avaliación que queda reflectido na memoria de verificación do título.	20

Assessment comments

Sources of information

Basic	- ISMAEL NAFRÍA (2017). La reinención de The New York Times. Independent Publishing Platform
Complementary	

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.