



## 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 Civil Socioloxía 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	<p>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.</p> <p>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.</p>				

## Study programme competences / results

Code	Study programme competences / results
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 / results



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.	<ol style="list-style-type: none"><li>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.</li><li>2. Branded Content.</li></ol>



-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 marketing:

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 / Results	Teaching hours (in-person & virtual)	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	<p>Correspóndese co que ma memoria verificada denomínase "Talleres/laboratorio". Nesta asignatura os contidos están centrados na aprendizaxe do uso de ferramentas básicas nunha redacción:</p> <p>1.-WALTER.</p> <p>1.1. - Creación e edición de contidos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Novas</li> <li>- Emisións en directo</li> <li>- Albums</li> <li>- Vídeos</li> <li>- Gráficos</li> </ul> <p>1.2. - Xestión de portadas e seccións</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Categorización e etiquetaxe de contidos</li> <li>- Administración de compositores</li> </ul> <p>1.3.- Walter mini</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación e publicación de contidos dende dispositivos móbiles.</li> <li>- SGDVoZ: Seguimento de teletipos e corte de fotografía dixital.</li> </ul> <p>2. - Estratexias empregadas nas redes sociais</p> <p>Facebook Instagram Twitter Tik Tok</p> <p>3. - Outras ferramentas da redacción dixital.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dogtrack, unha plataforma de administración de RR.SS.</li> <li>- Chartbeat, servizo de análise de audiencia.</li> <li>- Sistema de xestión de vídeo Brightcove.</li> <li>- Spike, ferramenta de seguimento de medios e localización de "trending topics".</li> </ul>
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 / Results	Description	Qualification
Workshop	A3 A6 A9 A13 A14 A15 A16 A17 A18 B7 B9 C2	<p>No Obradoiro recóllese o método de avaliación dos "TRABALLOS PRÁCTICOS" reflectido na memoria de verificación do título, consistente en:</p> <p>WALTER CMS:</p> <p>Escribir unha noticia de temática libre e cargala a Walter-test con estas especificacións:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipo de contido: noticias</li> <li>- Categoría test de Walter</li> <li>- A noticia debe ter unha foto ou un álbum. Tamaño das imaxes para publicar na web: 1280 x 720.</li> <li>- Incrustar alo menos un contido social relacionado co tema elexido: youtube, twitter, facebook, instagram, etc.</li> <li>- Nos campos "Título de portada" e "Lead de portada" escribir o título e a pista que se usaría para compartir as noticias en Facebook.</li> <li>- En canto a estilos, utilizar os que se consideren convintes: ladillos, segundo título, destacados, comiñas, etc.</li> <li>- Valorarase o acabado final dos contidos xa publicados na web (sempre coa categoría de walter-test).</li> </ul> <p>INDESIGN:</p> <p>Maquetación e deseño da información en InDesign, seguindo as pautas do aprendido no módulo, ata o resultado final, con foto e texto real.</p>	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.