

1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

1.1.- Denominación completa del título

Máster Universitario en Producción Periodística y Audiovisual por la Universidad de A Coruña

1.2.- Ámbito de conocimiento al que se adscribe

Industrias culturales: diseño, animación, cinematografía y producción audiovisual

1.3.- Menciones / especialidades

Especialidad en Periodismo Avanzado Multiplataforma

Especialidad en Producción Ejecutiva Audiovisual

1.4.- Universidades

Universidad de A Coruña

1.5.- Centro

Facultad de Ciencias de la Comunicación

1.6.- Modalidad de enseñanza

Presencial

1.7.- Número total de créditos

| | |
|-------------------------------------|------------------------------|
| Créditos obligatorios | 12 |
| Créditos optativos | 24 (por especialidad) |
| Prácticas externas | 12 |
| Créditos trabajo fin de máster | 12 |
| Créditos de complementos formativos | 0 |
| Número total de créditos ECTS | 60 |

1.8.- Idiomas de impartición

Castellano / Gallego

1.9.- Número de plazas ofertadas en el título

30 plazas, 15 por especialidad.

De las 30 plazas, 10 están reservadas para alumnos extranjeros, preferentemente iberoamericanos.

1.10.- Justificación

En el curso académico 2018-2019 la UDC y la Fundación Santiago Rey Fernández-Latorre (en adelante FSRFL) pusieron en marcha el Máster Oficial en Producción Xornalística e Audiovisual (en adelante MPXA), con una carga lectiva de 72 créditos ECTS, que ahora debe ajustarse a 60 según lo establecido en el RD 822-2021, de 28 de septiembre.

La UDC y la FSRFL colaboran desde el año 1990 en la formación de profesionales en el campo de la Comunicación a través de dos títulos propios, de los que es heredero el Máster Oficial actual. Esos títulos propios eran: el Máster en Edición Periodística (antes Máster en Medios de comunicación, que junto con el de El País y El Correo fueron los primeros de esta clase en España) y el Máster en Producción e Xestión Audiovisual, también pionero en España. Además, crearon los títulos de Especialista en Creación de Documentales (2008) por encargo del Ente Público Radio Televisión de Galicia, y un Curso de Posgrado en Comercialización Internacional de Contenidos Audiovisuales (2004-2011) en colaboración con el Instituto de Comercio Exterior (ICEX), la Federación de Productoras Audiovisuales de España (FAPAE) y el Consorcio Audiovisual de Galicia.

A través de sus actividades conjuntas en la formación de profesionales de la comunicación, han contribuido a la creación de un tejido empresarial estable y al lanzamiento de empresas innovadoras en España y Latinoamérica. De ahí, quizá, el alto nivel de solicitudes –casi 15 por plaza en el último año– y el índice de empleabilidad, siempre próximo al 100 por ciento.

[Méritos relevantes exalumnos MPXA](#)

Para reestructurar el máster y adaptarlo a 60 créditos ECTS, se realizaron 5 tipos de consultas:

(1) Internas (de octubre a marzo). Reuniones en la sede central de la redacción de La Voz de Galicia y en la Fundación Santiago Rey Fernández-Latorre con directivos y trabajadores de distintas áreas de las empresas de la Corporación: gestión, producción, redacción, marketing, análisis de datos y de audiencia.

(2) Externas (de septiembre a marzo). Consultas con directivos de empresas periodísticas y audiovisuales a través de: (i) llamadas de coordinación de contenidos entre profesionales de una

misma materia; (ii) reuniones individuales cuando venían a impartir docencia; y (iii) reuniones grupales, aprovechando su estancia en A Coruña con motivo de las sesiones de pitching de los alumnos.

Algunas empresas representadas: El País, Vocento, Mundo Deportivo, El Periódico, Google, Meta, El Diario.es, National Geographic, Mediaset, RTVE, Atresmedia, Beta, Amazon, Rakuten TV, Cuarzo, Banijay, OnzaPartners, Disney, Telefé, Viacom, etc.

(3) Expertos universitarios. Se contó con el asesoramiento de Ramón Salaverría, Catedrático de la Universidad de Navarra, director del Center for Internet Studies and Digital Life, y uno de los investigadores más citados en el ámbito del ciberperiodismo y medios digitales.

(4) Antiguos alumnos del máster que son referentes en la industria o que han conducido su carrera profesional hacia la academia y ahora son compañeros en la Facultad.

(5) Reuniones con responsables de startups y empresas de base tecnológica relacionadas con el ámbito de la comunicación para conocer sus necesidades, los principales problemas a los que se enfrentan y los perfiles profesionales que demandan.

En España hay distintas ofertas formativas que atienden a la formación de profesionales en este entorno. Se detallan algunas, posteriores todas ellas al origen de este Máster como Título Propio (1999):

- Máster en Producción Ejecutiva y Gestión Audiovisual (Universidad Carlos III, Madrid)
- Máster en Producción Ejecutiva de Cine, Televisión y Nuevos Medios (Escuela Superior de Cine y Audiovisuales, Cataluña)
- Máster en Producción Ejecutiva de Cine y Televisión (Universidad Europea, Madrid)
- Máster en Periodismo y Producción Audiovisual (Universidad Autónoma, Barcelona)
- Máster en Producción Ejecutiva de Cine, Televisión y Contenidos Digitales (Universidad Pontificia, Salamanca)

A nivel internacional:

- Máster en Periodismo Digital y Nuevos Medios de la Universidad de Columbia (Estados Unidos)
- Máster en Periodismo Multimedia y Producción de Contenidos de la Universidad de California, Berkeley (Estados Unidos)
- Máster en Periodismo y Medios Digitales de la Universidad de Stanford (Estados Unidos)

La Unión Europea también tiene sus propios programas formativos, como el Programa Europa Creativa - Subprograma Media, o el Programa Erasmus+ (Campo de estudio de Comunicación y Medios de Comunicación).

Varias universidades estadounidenses organizan enseñanzas superiores profesionalizantes en este ámbito. El enfoque de este Máster se acerca a algunos programas de UCLA y UCLA Extension.

En el curso 2022-2023, el MPXA recibió la Mención de Excelencia Académica de la Xunta de Galicia. Esta mención, impulsada por la Consellería de Cultura, Educación, Formación Profesional

y Universidades, acredita el nivel académico y la solvencia científico-técnica de los estudios. El MPXA es uno de los nueve másteres del Sistema Universitario de Galicia distinguidos con este sello creado en 2020 y que tiene una vigencia de cinco años.

Desde su implantación como máster oficial, El MPXA cumple con varios de los criterios establecidos en las bases para la mejora e internacionalización de la oferta académica de los Másteres de la Universidad de A Coruña:

- Criterio de estabilidad.- Un número mínimo de 20 alumnos en primera matrícula.
- Criterio de internacionalización.- Número de estudiantes internacionales de primera matrícula superior al 25%.

Ahora el MPXA reduce sus créditos, no por compresión, sino mediante el ajuste más fino de su metodología peculiar y de su enfoque, centrado ahora en un nicho profesional –el de los jefes de producto– muy desatendido sobre todo en el periodismo, pero también mejorable en la ficción y el entretenimiento.

Mantendrá el respaldo económico e institucional de la Fundación Amancio Ortega, destinado a la gratuidad completa de las tasas académicas y de ayudas de estancia para los alumnos extranjeros, de la FSRFL, aprovechando la infraestructura de la Corporación Voz de Galicia (entre sus empresas destacan La Voz de Galicia –actualmente el tercer periódico en audiencia de España–, la productora Voz Audiovisual y RadioVoz). Para facilitar esto último, la FSRFL continuará alojando en su sede las aulas del MPXA. Tampoco cambian los vínculos del MPXA con tantas empresas de comunicación nacionales e internacionales.

La Facultad de Ciencias de la Comunicación complementa con este Máster la oferta de posgrado del Sistema Universitario Gallego en el ámbito de la comunicación sin solaparse con otros títulos, a la vez que asegura a sus alumnos una propuesta académica muy demandada por candidatos nacionales e internacionales.

1.11.- Principales objetivos formativos del título

El Máster en Producción Xornalística e Audiovisual proporciona al estudiante una sólida formación teórico-práctica para que comprenda el funcionamiento de la industria de la comunicación, pueda resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares, sea capaz de aportar valor añadido al fondo y la forma de los contenidos comunicativos, así como de crear y gestionar empresas de comunicación que contribuyan al fortalecimiento del tejido empresarial en el campo audiovisual y multimedia.

1.12. – Estructuras curriculares específicas

1.13. – Estrategias metodológicas de innovación docente específicas

Tres profesores del máster: José Francisco Sánchez, María José Arrojo y Cristina García Aradas conforman el **Grupo de Innovación Docente en Producción Periodística y Audiovisual**, que ha

recibido el reconocimiento de Grupo de Innovación Docente Consolidado en la IV Convocatoria GID UDC (GID-04-2022).

1.13.1. Evaluación a través del TFM

El TFM no se concibe como una materia aparte que se desarrolla al final o al margen del máster. Es su espina dorsal: se empieza a definir antes de que los alumnos se matriculen y todas las demás materias orbitan en torno a él: sirve para contrastar el nivel de comprensión de los contenidos y la capacidad de aplicarlos. El calendario del máster está ajustado y coordinado con las diferentes fases del proyecto y con las entregas que los alumnos deben ir realizando de su TFM a lo largo del curso. Incluso las prácticas que los alumnos deben desarrollar en diferentes asignaturas acaban siendo parte del TFM.

El objetivo de esta metodología docente, a través del Proyecto, es múltiple:

- a. Permite asentar y aplicar los conocimientos que se van adquiriendo en el aula.
- b. Permite que los alumnos adquieran las competencias necesarias para convertirse en expertos en la gestión de proyectos periodísticos y audiovisuales, analizar los contenidos, trazar planes de viabilidad y presupuestarlos.
- c. Da visibilidad a los alumnos ante los profesionales del sector.
- d. Se pretende que estos proyectos puedan tener recorrido en el mundo profesional real. De hecho muchos se han ejecutado.
- e. Se acostumbran a trabajar bajo los estándares de calidad de la industria, ya que cada uno de ellos cuenta con un tutor profesional;
- f. Es una vía de entrada natural al mercado laboral. Un 50% de las prácticas profesionales en el sector y, en ocasiones, posteriores contratos, se consiguen a través de los tutores que acompañan a los alumnos en sus proyectos.
 - Declaraciones de algunos de los profesionales de la industria más importantes en el momento actual, valorando los TFM de los alumnos:

Sonia Martínez, *Directora Editorial de Series de Buendía Estudios:*

<https://www.youtube.com/watch?v=cKODmleOVKI>

Domingo Corral, *Director de Producción Original de Movistar+:*

<https://www.youtube.com/watch?v=lj47eR-WiA>

Pedro Revaldería, *CEO de Producciones Mandarin:*

https://www.youtube.com/watch?v=aaldjj1j-ll&list=PL_q4I2qbuK7E602LeuXrG9d7Z7mcCROdQ&index=23

Hugo Fraga, *Director de Hyliacom:* [https://www.youtube.com/watch?v=5bVS_uv-](https://www.youtube.com/watch?v=5bVS_uv-m8U&list=PL_q4I2qbuK7E602LeuXrG9d7Z7mcCROdQ&index=21)

[m8U&list=PL_q4I2qbuK7E602LeuXrG9d7Z7mcCROdQ&index=21](https://www.youtube.com/watch?v=5bVS_uv-m8U&list=PL_q4I2qbuK7E602LeuXrG9d7Z7mcCROdQ&index=21)

Germán Frassa, experto en Product Management y exdirector de Productos Digitales de Unidad Editorial:

<https://www.youtube.com/watch?v=4XAQQIhvbpk>

Dario Turovelzki, Director de Contenidos Globales para Telefé y Viacom Cono Sur:

https://www.youtube.com/watch?v=DZrvdi_W_eA

Mariana Pérez, Head of General Entertainment en The Walt Disney Company:

https://www.youtube.com/watch?v=uKX4P1tG6Po&list=PL_q4I2gbuK7E602LeuXrG9d7Z7mcCR_OdQ&index=22

- [Colaboración con el mercado de coproducción de cine y series de ficción “Conecta Fiction”.](#)
- [Participación y resultados alcanzados en el Mercado MIPTV](#)

1.14. – Perfiles fundamentales de egreso

Productor de contenidos periodísticos y audiovisuales multiplataforma; gestor de presupuestos; productor VFX; responsable campañas marketing; analista de mercado; investigador

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y APRENDIZAJE

2.1.- Conocimientos

CON.1: Identificar oportunidades y desafíos que contribuyan al desarrollo sostenible ambiental, económico, político y social en línea con lo previsto en los ODS en los procesos de producción de contenidos periodísticos y audiovisuales.

CON.2: Identificar y describir las peculiaridades de los nuevos entornos a lo largo de la vida profesional para adaptar los contenidos aplicando métodos instrumentales.

CON. 3: Identificar los síntomas de la evolución del consumo, analizando las tendencias de programación y creación de obras documentales, formatos informativos y de entretenimiento.

CON.4: Expresar ideas y argumentos de forma clara y correcta, a través del lenguaje oral y escrito, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.

2.2.- Habilidades

HAB.1: Desarrollar habilidades y destrezas que los conviertan en profesionales capaces de acometer proyectos de investigación tanto en el ámbito universitario como en el de la empresa.

HAB.2: Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión.

HAB.3: Gestionar el tiempo y los recursos en los grupos de trabajo (elaboración de planes, priorización de actividades, identificación y gestión de críticas, identificación de roles, gestión de reuniones, cumplimiento de compromisos personales...).

HAB.4: Desarrollar la escucha activa en los grupos de trabajo manteniendo una actitud empática y asertiva.

HAB. 5: Fomentar la creatividad a través de diferentes técnicas de pensamiento alternativo y que permitan, al mismo tiempo, la complementariedad entre compañeros.

HAB.6: Elaborar textos de diversa índole especialmente relacionados con su perfil profesional, facilitando su comprensión por las personas a las que van dirigidos.

2.3. – Competencias

COM.1: Analizar y prever las tendencias del mercado periodístico y audiovisual en el escenario digital, para poder gestionar contenidos informativos y de entretenimiento, a través de un estudio sistemático de informes sectoriales y de la evolución de las audiencias.

COM.2: Diseñar proyectos y soluciones, identificando los retos emergentes en el entorno digital, y aplicarlos a las necesidades reales del entorno social y económico.

COM.3: Participar responsablemente en entornos digitales, aplicando protocolos de ciberseguridad y protección de datos personales.

COM.4: Valorar el emprendimiento como elemento fundamental del impacto de la universidad en la sociedad y conocer los recursos al alcance de las personas emprendedoras.

COM.5: Evaluar los costes de ideas y guiones a través del análisis de los recursos humanos y materiales necesarios para su realización.

COM.6: Diseñar presupuestos, buscar vías de financiación y desarrollar planes de viabilidad de proyectos periodísticos y de entretenimiento, a partir del análisis del guión, del alcance de ese proyecto y de la ventana de distribución elegida.

COM.7: Conceptualizar, diseñar y gestionar productos comunicativos periodísticos y de entretenimiento en cualquier plataforma, a partir del análisis realizado sobre el público objetivo, la evolución del consumo y los formatos, y la oportunidad de mercado de ese contenido.

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

El MPXA cuenta con una página web propia en la que se recoge toda la información de utilidad para el estudiante: proceso de admisión, perfil de ingreso recomendado, información de utilidad para estudiantes de fuera de Galicia o extranjeros, plazos, etc. A través de las Redes Sociales del

Máster también se informa puntualmente sobre todos estos aspectos, se realizan campañas de promoción durante los periodos en los que están abiertos los plazos de preinscripción, y se publica en el Diario Oficial de Galicia la oferta de las 30 becas para los alumnos seleccionados (20 para alumnos nacionales y 10 para alumnos extranjeros, preferentemente latinoamericanos, con una beca adicional para su estancia).

Página web del Máster en Producción Xornalística e Audiovisual (MPXA): <https://mpxa.net/>.

Redes Sociales MPXA:

Instagram: <https://www.instagram.com/>

Facebook: <https://www.facebook.com/mastermpxa/>

Twitter: <https://twitter.com/mpxa>

DOGA: https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2023/20230220/AnuncioG1613-300123-0001_es.html

3. 1. – Requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes.

Los requisitos de acceso al Máster son, con carácter general, los establecidos por el RD 822/2021, de 28 de septiembre y se atiene a las disposiciones del Ministerio, de la Comunidad Autónoma de Galicia, y a lo que se disponga en el desarrollo normativo de la Universidade de A Coruña.

Se reserva un 5% de plazas para estudiantes que tengan reconocido un grado de discapacidad igual o superior al 33%, así como estudiantes con necesidades de apoyo educativo permanentes, tal como está establecido en el apartado 6 del artículo 18 del RD 822/2011.

Antes de que comiencen los procesos de preinscripción y matrícula en cada curso académico se hace público en la página web del título el perfil de ingreso recomendado, que incluye aspectos como: interés por el ámbito de la comunicación, capacidad de gestionar contenidos y proyectos complejos.

Requisitos específicos de admisión:

Procedimiento de admisión:

Todos los documentos relativos al proceso de admisión y matrícula en la UDC (normativas, calendarios, etc.) se pueden consultar en: <https://www.udc.es/es/normativa/academica/>

El procedimiento de admisión y matrícula en las titulaciones de máster en la UDC se describe en la Normativa de Gestión Académica que se aprueba anualmente. Las competencias en materia de admisión son responsabilidad de la Comisión de Selección y Admisión de Estudiantes, que tendrá la composición y funciones determinadas en la Normativa de Gestión Académica. En el caso del MPXA la Comisión de Selección estará compuesta por:

- Coordinador del Máster;

- Decano de la Facultad Ciencias de la Comunicación;
- Secretaria de la Comisión;
- 2 profesores del máster
- El administrador de la Unidad de Gestión Académica de la Facultad de Sociología y Comunicación de la UDC.

Los baremos para el procedimiento de admisión se basarán en los siguientes aspectos:

- Adecuación de la titulación de acceso a los contenidos del máster. Será la Comisión Académica la que estudiará la adecuación de un título de acceso que no figure en el listado indicado.
- Expediente académico.
- El conjunto del currículum vitae. Entre otras cuestiones se valorará el hecho de haber realizado prácticas en algún medio o empresa relacionada con la comunicación con anterioridad.
- El nivel de inglés acreditado por el alumno.
- Una entrevista personal en la que el candidato demuestre tener cualidades para la producción y gestión periodística o audiovisual.
- Todos aquellos alumnos que consigan un mínimo de 20 puntos tras el sumatorio obtenido con el expediente, el currículum y el nivel de inglés, pasarán a la segunda fase del proceso de selección, la entrevista personal.

Antes del inicio del proceso de admisión, se constituye la Comisión Académica que revisará el baremo empleado, que está publicado en la página web del máster

(<https://mpxa.net/sites/default/files/2022-07/Criterios%20de%20valoraci%C3%B3n%20%281%29.pdf>)

| EXPEDIENTE | CURRICULUM | INGLÉS | ENTREVISTA | VALORACIÓN TOTAL |
|------------|------------|--------|------------|------------------|
| 10 | 15 | 5 | 15 | 45 |

- Valoración sobre un máximo de 45 puntos en total.
- Valoración sobre un máximo de 15 puntos para el criterio “entrevista”.
- Valoración sobre un máximo de 15 puntos para el criterio “currículum”.
- Valoración sobre un máximo de 10 puntos para el criterio “expediente académico”.
- Valoración sobre un máximo de 5 puntos para el criterio “inglés acreditado”.

| <i>Nivel de inglés</i> | <i>Valoración</i> |
|------------------------|-------------------|
| A1 (o equivalente) | 1 |

| | |
|--------------------|---|
| A2 (o equivalente) | 2 |
| B1 (o equivalente) | 3 |
| B2 (o equivalente) | 4 |
| C (o equivalente) | 5 |

3.2. – Criterios para el reconocimiento y transferencia de créditos

Para la transferencia y reconocimiento de créditos se seguirán las indicaciones de la "Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos para titulaciones adaptadas al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES)", que se puede encontrar en: <https://www.udc.es/es/normativa/academica/>

Dada la diversidad y heterogeneidad de la casuística que se puede presentar en lo referente a títulos propios, la Comisión Académica del Máster estudiará cada caso de forma individual y decidirá sobre los reconocimientos solicitados en función de su adecuación a los contenidos y las competencias recogidas en este máster.

De acuerdo al apartado 6 del artículo 10 del RD 822/201 de 28 de septiembre, el reconocimiento de créditos de estudios universitarios no oficiales podrá ser superior al 15% del total de créditos que constituyan el plan de estudios. Es el caso del "Máster en Producción e Xestión Audiovisual" que fue extinguido y reemplazado en el curso académico 2018/2019 por el título actual. Se reconocerán todos los créditos, excepto los correspondientes al TFM. Se adjunta tabla

| | |
|---|------------|
| Reconocimiento de créditos cursados en títulos propios | |
| Mínimo: 0 | Máximo: 48 |
| Reconocimiento de créditos cursados por acreditación de experiencia laboral y profesional | |
| Mínimo: 0 | Máximo: 0 |

No se reconocerán créditos a partir de experiencia profesional o laboral acreditada

Se indica a continuación una tabla de equivalencia entre las materias cursadas en el Título Propio y su convalidación en el Máster Oficial en la especialidad de Producción Ejecutiva Audiovisual:

| TÍTULO PROPIO Máster en Producción e Xestión Audiovisual | | MÁSTER OFICIAL Máster en Producción Xornalística e Audiovisual (Especialidad en Producción Executiva Audiovisual) | |
|---|-------------|---|-------------|
| <i>Materia</i> | <i>ECTS</i> | <i>Materia</i> | <i>ECTS</i> |
| Gestión de Contenidos Periodísticos y Audiovisuales | 4,5 | Gestión de Contenidos | 3 |
| Legislación Audiovisual | 3 | Gestión Empresarial | 3 |
| Formatos Informativos Audiovisuales | 4,5 | Formatos Informativos y de Entretenimiento | 3 |
| Escritura en Fase de Desarrollo. Nuevas Narrativas Lineales y no Lineales | 3 | Escritura en Fase de Desarrollo | 3 |
| Estructura del Sector Audiovisual | 3 | Audiencias y Mercados | 6 |
| Previsión de necesidades del Mercado: Análisis de Repositorios y Programaciones | 3 | | |
| Distribución, Tendencias y Box Office | 4,5 | Ventas y Distribución | 6 |
| Marketing Audiovisual: Mercados y Preventas | 3 | | |
| Gestión Empresarial: Presupuestos, Contratos y Personal | 3 | Dirección de Producción I | 6 |
| Producción en Cine y Televisión. Producción de Campo. | 3 | | |
| Dirección de Producción Audiovisual | 3 | Dirección de Producción II | 3 |
| Financiación de Contenidos y Proyectos Audiovisuales | 4,5 | Vías de Financiación de Proyectos Audiovisuales | 3 |
| Prácticas | 12 | PE | 12 |

3.3. – Procedimientos para la organización de la movilidad de los estudiantes

La Universidad de A Coruña cuenta con una normativa que regula la participación del alumnado en programas de movilidad académica. Se puede consultar en el siguiente enlace <https://www.udc.es/normativa/academica> y en la página Web de la Oficina de Relaciones Internacionales <https://www.udc.es/es/ori/>.

La especificidad de la formación impartida en el MPXA y su perfil eminentemente profesionalizante obligan a plantear la internacionalización como un concepto que vaya más allá de la mera movilidad de los estudiantes o la firma de acuerdos internacionales, en la línea de la Estrategia para la Internacionalización de las Universidades Españolas del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte ([documento del SEPIE](#)).

El MPXA trata de contribuir a la internacionalización de la universidad española en los cuatro ejes principales que establece el SEPIE: (1) **Sistema universitario altamente internacionalizado**: la especificidad de la formación impartida en el máster, con una amplia participación de profesionales de reconocido prestigio y la implicación de la industria en el mismo no facilita el hecho de que se puedan firmar convenios de colaboración con otras universidades para la movilidad de estudiantes. Sin embargo, la calidad transnacional de este programa supone un tractor de alumnos internacionales, un 30% de las plazas cada año; (2) **atractivo internacional de las universidades**: el máster cuenta con profesionales internacionales de máximo nivel que imparten docencia y tutorizan proyectos de los alumnos, lo que contribuye al conocimiento de la UDC en el extranjero; (3) **competitividad internacional del entorno**: En este eje se presta una atención especial a las relaciones de la universidad con la industria. El máster es asesor permanente de mercados internacionales de coproducción audiovisual, y promueve acuerdos con algunas de las principales empresas internacionales en el ámbito de la comunicación y la producción audiovisual, lo que facilita también la internacionalización del empleo de los alumnos; y (4) **cooperación en educación superior con otras regiones del mundo, definiendo una geoestrategia de cooperación con otros países del mundo**: el MPXA trabaja específicamente en una de las acciones que marca el SEPIE “Espacio Iberoamericano de conocimiento”. La mayor parte de los alumnos internacionales del máster son alumnos iberoamericanos, algunos de ellos pertenecen a países con índice de desarrollo humano medio y bajo. Por consiguiente, se incide directamente en tres aspectos básicos de la estrategia española para la internacionalización de las universidades dentro de este eje temático: el Espacio Iberoamericano del Conocimiento; la Cooperación para el Desarrollo; y la Promoción del Uso de la Lengua Española.

4. – PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1 – Estructura básica de las enseñanzas

Las enseñanzas del Máster Universitario en Producción Periodística y Audiovisual se estructuran en torno a un saber práctico que se plasma en el TFM: la gestión de productos de carácter intelectual que serán difundidos casi siempre masivamente. Por eso, aparte de las materias comunes, las específicas de cada especialidad son fronterizas con las de la otra. Se trata de llevar a la producción periodística elementos de gestión mucho más desarrollados en el mundo audiovisual y viceversa.

4.1.1 – Esquema general del plan de estudios

Las enseñanzas del Máster Universitario en Producción Periodística y Audiovisual se estructuran de la siguiente manera:

| <i>Tipo de materia/asignatura</i> | <i>Créditos a cursar</i> | <i>Créditos ofertados</i> |
|-----------------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Obligatorias | 12 | 12 |
| Optativas | 24 | 48 |
| Prácticas Externas | 12 | 12 |
| Trabajo fin de Máster | 12 | 12 |
| TOTAL | 60 | 84 |

4.1.2 – Descripción general del plan de estudios

El plan se articula en torno al TFM y las materias comunes, que suponen casi la mitad de los créditos y responden fielmente al título del Máster. Las optativas permiten subrayar las peculiaridades de cada especialización o atender a algunas preferencias personales.

El primer día de clase, la Comisión Académica asigna al alumno un tutor académico del máster. Su función principal es brindar apoyo y asesoramiento general, tanto en el día a día, como para el desarrollo de su TFM.

El TFM acompaña al alumno durante todo el Máster. Desde el primer día, se comienza a trabajar con el alumno las posibles ideas de su TFM. En las tres primeras semanas lectivas, cada alumno debe presentar tres ideas de lo que podría ser su proyecto de Máster. Con el asesoramiento de un grupo de tutores, los alumnos decidirán con qué idea se quedan para trabajar sobre ella.

El objetivo del TFM es que cada alumno desarrolle a lo largo del Máster un proyecto periodístico o audiovisual. Este proyecto servirá como anclaje de los conocimientos teóricos recibidos a lo largo de las clases y obligará al alumno a enfrentarse con la realidad del sector.

El calendario de asignaturas y módulos está diseñado en función de los conocimientos que debe ir adquiriendo el alumno para ir elaborando un proyecto periodístico o audiovisual, que es la principal misión de un Productor.

En el primer cuatrimestre se imparten los módulos comunes obligatorios, que son los que proporcionan los conocimientos nucleares que después se van complementando en cada una de las especialidades.

Para el desarrollo de los proyectos a cada alumno se le asignará un tutor profesional, además del académico. El tutor es un asesor del que obtener opinión y, si es el caso, información.

El procedimiento para la asignación de un tutor profesional es el siguiente:

- A mediados del primer cuatrimestre cada alumno presenta la idea que finalmente haya elegido ante profesionales del sector, invitados por el máster para decidir qué proyecto desean acompañar.
- Una vez asignados los tutores profesionales, cada alumno mantiene una reunión de al menos media hora con su tutor cada 15 días. Después de cada tutoría, el alumno elabora un

informe que revisa el tutor académico que también está en contacto permanente con el tutor profesional que va informando de cuáles son las materias que va cursando el alumno en el máster, para que las pueda ir aplicando a su propio proyecto.

- Los alumnos de la especialidad de producción audiovisual hacen un segundo pitch ante productores ejecutivos que valorarán la viabilidad de los proyectos y se podrán introducir elementos de corrección.

- Para la especialidad de Periodismo se ha incorporado la figura del tutor tecnológico, debido a la complejidad de los proyectos que requieren apoyo técnico para su diseño. Es un profesional especializado en la adecuación de herramientas y soportes tecnológicos a los distintos proyectos editoriales.

- Al final del máster, los alumnos defienden sus proyectos ante profesionales involucrados en las decisiones de compra y venta de contenidos.

TABLA DE ASIGNATURAS

| Módulo | ECTS | Materia | Asignatura | ECTS | Carácter (OB/OP/PE/TFM) | Curso | Cuatrimestre |
|---|------|---|---|------|-------------------------|-------|-----------------|
| GESTIÓN DEL PRODUCTO CREATIVO: ÁMBITOS CLAVE | 12 | Gestión de Contenidos | Transformación del Consumo (Entorno Multicanal, de Pago y en Movilidad) | 3 | OB | 1 | Anual |
| | | | Nuevos Entornos y Contenidos | | | | |
| | | | Entorno Legal e Industrial | | | | |
| | | | Programación y Audiencia | | | | |
| | | | Márketing Digital | | | | |
| | | Gestión Empresarial | Presupuestos | 3 | OB | | Anual |
| | | | Contratos | | | | |
| | | | Gestión de Personal | | | | |
| | | | Creación de Marca | | | | |
| | | Formatos Informativos y de Entretenimiento | Informativos Audiovisuales | 3 | OB | 1 | 1º cuatrimestre |
| | | | Creación de Documentales | | | | |
| | | | Formatos de Entretenimiento | | | | |
| | | Escritura en Fase de Desarrollo | Nuevas Narrativas Lineales y No Lineales | 3 | OB | 1 | 1º cuatrimestre |

| | | | Análisis de Guión | | | | |
|--|--|---|---|---|-----------------|---|-----------------|
| CONTEXTO DEL SECTOR DE LA INFORMACIÓN | 12 | Contexto Profesional y Legal de la Industria Periodística | Estándares Éticos y Profesionales | 3 | OP | 1 | 2º cuatrimestre |
| | | | Contexto Legal | | | | |
| | | Contexto Informativo | Contexto Informativo Nacional | 3 | OP | 1 | 1º cuatrimestre |
| | | | Contexto Informativo Internacional | | | | |
| | | Modelos de Gestión de la Información | Organización de Equipos Creativos | 3 | OP | 1 | 1º cuatrimestre |
| | | | Gestión y Monetización de Comunidades. Marketing Específico | | | | |
| Contexto Tecnológico Profesional y del Usuario | Innovación Tecnológica en los Procesos | 3 | OP | 1 | 1º cuatrimestre | | |
| | Contexto Tecnológico del Usuario | | | | | | |
| EDICIÓN DE CONTENIDOS INFORMATIVOS | 12 | Cultura del Producto Informativo | Roles de Producto | 3 | OP | 1 | 1º cuatrimestre |
| | | | Mapas y Modelos de Contenido | | | | |
| | | | Prototipado y Test de Usabilidad | | | | |
| | | | Validación y Optimización de Producto | | | | |
| | | | Edición de Texto | 3 | OP | 1 | |

| | | | | | | | |
|------------------|----|--|--|---|----|---|-----------------|
| | | Edición de Contenidos en Función de la Plataforma | Edición de Video | | | | 2º cuatrimestre |
| | | | Edición de Imagen | | | | |
| | | | Edición de Audio | | | | |
| | | Géneros, Formatos Periodísticos y Reportero de Autor | De la Crónica al Documental | 3 | OP | 1 | 2º cuatrimestre |
| | | | Argumentación Periodística | | | | |
| | | | Nuevos Géneros y Formatos | | | | |
| | | | Reportero Avanzado | | | | |
| | | Tendencias | Nuevos Modelos de Negocio | 3 | OP | 1 | 2º cuatrimestre |
| | | | Proyectos Digitales Disruptivos | | | | |
| | | | Polos de Innovación | | | | |
| | | | La IA y la Analítica de Datos en las Redacciones | | | | |
| CONSUMO Y VENTAS | 12 | Audiencias y Mercados | Tendencias y Consumos | 6 | OP | 1 | 1º cuatrimestre |
| | | | Audiencias Clásicas y Nuevas Audiencias | | | | |
| | | | Investigación de Mercado y <i>Benchmarking</i> | | | | |
| | | | Análisis de Repositorios y Programaciones | | | | |

| | | | | | | | | |
|---------------------------|---|---|--|----|----|-----------------|-----------------|-------|
| | | Ventas y Distribución | Cómo, Dónde y Cuándo: Preventas | 6 | OP | 1 | 2º cuatrimestre | |
| | | | Festivales y Mercados | | | | | |
| | | | Proceso Global de Promoción y Lanzamiento de un Producto Audiovisual | | | | | |
| | | | Box Office | | | | | |
| PRODUCCIÓN Y FINANCIACIÓN | 12 | Dirección de Producción I | Dirección de Producción en Cine | 6 | OP | 1 | 1º cuatrimestre | |
| | | | Dirección de Producción en Televisión | | | | | |
| | Dirección de Producción II | Dirección de Producción Multipantalla | 3 | OP | 1 | 2º cuatrimestre | | |
| | | Dirección de Producción en Animación | | | | | | |
| | | Dirección de Producción en Videojuegos y E-sports | | | | | | |
| | Vías de Financiación de Proyectos Audiovisuales | Financiación Pública y Privada | 3 | OP | 1 | 2º cuatrimestre | | |
| | | Financiación en la Fase de Desarrollo | | | | | | |
| | | Financiación en las Fases de Grabación y Distribución | | | | | | |
| | TRABAJO FIN DE MÁSTER | 12 | | | 12 | TFM | 1 | Anual |

| | | | | | | | |
|--------------------|----|--|--|----|----|---|-----------------|
| PRÁCTICAS EXTERNAS | 12 | | | 12 | PE | 1 | 2º cuatrimestre |
|--------------------|----|--|--|----|----|---|-----------------|

Relación de asignaturas necesarias para obtener cada una de las especialidades:

Plan de estudios especialidad Periodismo Avanzado Multiplataforma:

| Módulo | ECTS | Materia | Asignatura | ECTS | Carácter (OB/OP/PE /TFM) | Curso | Cuatrimestre |
|--|------|--|---|------|--------------------------|-------|-----------------|
| GESTIÓN DEL PRODUCTO CREATIVO: ÁMBITOS CLAVE | 12 | Gestión de Contenidos | Transformación del Consumo (Entorno Multicanal, de Pago y en Movilidad) | 3 | OB | 1 | Anual |
| | | | Nuevos Entornos y Contenidos | | | | |
| | | | Entorno Legal e Industrial | | | | |
| | | | Programación y Audiencia | | | | |
| | | | Márketing Digital | | | | |
| | | Gestión Empresarial | Presupuestos | 3 | OB | | Anual |
| | | | Contratos | | | | |
| | | | Gestión de Personal | | | | |
| | | | Creación de Marca | | | | |
| | | Formatos Informativos y de Entretenimiento | Informativos Audiovisuales | 3 | OB | 1 | 1º cuatrimestre |
| | | | Creación de Documentales | | | | |
| | | | Formatos de Entretenimiento | | | | |

| | | | | | | | |
|---------------------------------------|--|---|--|----|----|-----------------|-----------------|
| | | Escritura en Fase de Desarrollo | Nuevas Narrativas Lineales y No Lineales | 3 | OB | 1 | 1º cuatrimestre |
| | | | Análisis de Guion | | | | |
| CONTEXTO DEL SECTOR DE LA INFORMACIÓN | 12 | Contexto Profesional y Legal de la Industria Periodística | Estándares Éticos y Profesionales | 3 | OP | 1 | 2º cuatrimestre |
| | | | Contexto Legal | | | | |
| | Contexto Informativo | Contexto Informativo Nacional | 3 | OP | 1 | 1º cuatrimestre | |
| | | Contexto Informativo Internacional | | | | | |
| | Modelos de Gestión de la Información | Organización de Equipos Creativos | 3 | OP | 1 | 1º cuatrimestre | |
| | | Gestión y Monetización de Comunidades. Márketing Específico | | | | | |
| | Contexto Tecnológico Profesional y del Usuario | Innovación Tecnológica en los Procesos | 3 | OP | 1 | 1º cuatrimestre | |
| | | Contexto Tecnológico del Usuario | | | | | |
| EDICIÓN DE CONTENIDOS INFORMATIVOS | 12 | Cultura del Producto Informativo | Roles de Producto | 3 | OP | 1 | 1º cuatrimestre |
| | | | Mapas y Modelos de Contenido | | | | |
| | | | Prototipado y Test de Usabilidad | | | | |
| | | | Validación y Optimización de Producto | | | | |

| | | | | | | | |
|-----------------------|----|--|-------------------|----|-----|-----------------|--|
| | | Edición de Contenidos en Función de la Plataforma | Edición de Texto | 3 | OP | 1 | 2º cuatrimestre |
| | | | Edición de Video | | | | |
| | | | Edición de Imagen | | | | |
| | | | Edición de Audio | | | | |
| | | Géneros, Formatos Periodísticos y Reportero de Autor | 3 | OP | 1 | 2º cuatrimestre | De la Crónica al Documental |
| | | | | | | | Argumentación Periodística |
| | | | | | | | Nuevos Géneros y Formatos |
| | | | | | | | Reportero Avanzado |
| | | Tendencias | 3 | OP | 1 | 2º cuatrimestre | Nuevos Modelos de Negocio |
| | | | | | | | Proyectos Digitales Disruptivos |
| | | | | | | | Polos de Innovación |
| | | | | | | | La IA y la AAAnálítica de Datos en las Redacciones |
| TRABAJO FIN DE MÁSTER | 12 | | | 12 | TFM | 1 | Anual |
| PRÁCTICAS EXTERNAS | 12 | | | 12 | PE | 1 | 2º cuatrimestre |

TOTAL 60 ECTS

| Módulo | ECTS | Materia | Asignatura | ECTS | Carácter (OB/OP/PE/TFM) | Curso | Cuatrimestr e |
|--|------|--|---|------|-------------------------|-------|-----------------|
| GESTIÓN DEL PRODUCTO CREATIVO: ÁMBITOS CLAVE | 12 | Gestión de Contenidos | Transformación del Consumo (Entorno Multicanal, de Pago y en Movilidad) | 3 | OB | 1 | Anual |
| | | | Nuevos Entornos y Contenidos | | | | |
| | | | Entorno Legal e Industrial | | | | |
| | | | Programación y Audiencia | | | | |
| | | | Márketing Digital | | | | |
| | | Gestión Empresarial | Presupuestos | 3 | OB | 1 | Anual |
| | | | Contratos | | | | |
| | | | Gestión de Personal | | | | |
| | | | Creación de Marca | | | | |
| | | Formatos Informativos y de Entretenimiento | Informativos Audiovisuales | 3 | OB | 1 | 1º cuatrimestre |
| | | | Creación de Documentales | | | | |
| | | | Formatos de Entretenimiento | | | | |
| | | Escritura en Fase de Desarrollo | Nuevas Narrativas Lineales y No Lineales | 3 | OB | 1 | 1º cuatrimestre |

| | | | Análisis de Guion | | | | | |
|---------------------------|-----------------------|---------------------------|---|--|----|----|-----------------|-----------------|
| CONSUMO Y VENTAS | 12 | Audiencias y Mercados | Tendencias y Consumos | 6 | OP | 1 | 1º cuatrimestre | |
| | | | Audiencias Clásicas y Nuevas Audiencias | | | | | |
| | | | Investigación de Mercado y Benchmarking | | | | | |
| | | | Análisis de Repositorios y Programaciones | | | | | |
| | Ventas y Distribución | | | Cómo, Dónde y Cuándo: Preventas | 6 | OP | 1 | 2º cuatrimestre |
| | | | | Festivales y Mercados | | | | |
| | | | | Proceso Global de Promoción y Lanzamiento de un Producto Audiovisual | | | | |
| | | | | Box Office | | | | |
| PRODUCCIÓN Y FINANCIACIÓN | 12 | Dirección de Producción I | Dirección de Producción en Cine | 6 | OP | 1 | 1º cuatrimestre | |
| | | | Dirección de Producción en Televisión | | | | | |
| | | | Dirección de Producción Multipantalla | 3 | OP | 1 | 2º cuatrimestre | |

| | | | | | | | |
|-----------------------|----|---|---|----|-----|---|-----------------|
| | | Dirección de Producción II | Dirección de Producción en Animación | | | | |
| | | | Dirección de Producción en Videojuegos y E-sports | | | | |
| | | Vías de Financiación de Proyectos Audiovisuales | Financiación Pública y Privada | 3 | OP | 1 | 2º cuatrimestre |
| | | | Financiación en la Fase de Desarrollo | | | | |
| | | | Financiación en las Fases de Grabación y Distribución | | | | |
| TRABAJO FIN DE MÁSTER | 12 | | | 12 | TFM | 1 | Anual |
| PRÁCTICAS EXTERNAS | 12 | | | 12 | PE | 1 | 2º cuatrimestre |

TOTAL 60 ECTS

4.1.3. – Descripción de las materias/asignaturas

Módulo 1. Gestión del Producto Creativo: Ámbitos Clave

| | | | |
|---|-----------------------|------------------------------|-------|
| Denominación de la asignatura | Gestión de Contenidos | | |
| Créditos ECTS | 3 | Organización temporal | Anual |
| Carácter | Obligatoria | | |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego | | |
| Presencialidad requerida | 40 h. presenciales | | |
| Resultados del aprendizaje | | | |
| CON.1, CON.2, CON.3, HAB.2, COM.1, COM.3, COM. 7 | | | |
| Contenidos | | | |
| Transformación del Consumo Nuevos Entornos y Contenidos Entorno Legal e Industrial Programación y Audiencia Márketing digital | | | |
| Denominación de la asignatura | Gestión Empresarial | | |

| | | | |
|---|--------------------|------------------------------|-------|
| Créditos ECTS | 3 | Organización temporal | Anual |
| Carácter | Obligatoria | | |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego | | |
| Presencialidad requerida | 45 h. presenciales | | |
| Resultados del aprendizaje | | | |
| HAB.3, HAB.4, COM.4, COM.5, COM.6 | | | |
| Contenidos | | | |
| Presupuestos Contratos Gestión de Personal Creación de Marca | | | |

| | | | |
|-----------------------------------|--|------------------------------|-----------------|
| Denominación de la materia | Formatos Informativos y de Entretenimiento | | |
| Créditos ECTS | 3 | Organización temporal | 1º Cuatrimestre |
| Carácter | Obligatoria | | |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego | | |
| Presencialidad requerida | 45 h. presenciales | | |
| Resultados del aprendizaje | | | |
| CON.4, HAB.5, HAB.6, COM.2 | | | |

| |
|---|
| Contenidos de la asignatura |
| Informativos Audiovisuales Creación de Documentales Formatos de Entretenimiento |

| | | | |
|--------------------------------------|---|------------------------------|-----------------|
| Denominación de la asignatura | Escritura en Fase de Desarrollo. | | |
| Créditos ECTS | 3 | Organización temporal | 1º Cuatrimestre |
| Carácter | Obligatoria | | |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego | | |
| Presencialidad requerida | 27 h. presenciales | | |
| Resultados del aprendizaje | | | |
| | CON.4, HAB.5, HAB.6, COM.7 | | |
| Contenidos de la asignatura | | | |
| | Nuevas Narrativas Lineales y No Lineales Análisis de Guión | | |

Módulo 2. Contexto del Sector de la Información (Especialidad en Periodismo Avanzado Multiplataforma)

| | | | |
|--------------------------------------|---|------------------------------|-----------------|
| Denominación de la asignatura | Contexto Profesional y Legal de la Industria Periodística | | |
| Créditos ECTS | 3 | Organización temporal | 2º Cuatrimestre |

| | |
|---|--------------------|
| Carácter | Optativa |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego |
| Presencialidad requerida | 25 h. presenciales |
| Resultados del aprendizaje | |
| CON.1, COM.1, COM.3 | |
| Contenidos de la asignatura | |
| Estándares éticos y profesionales Contexto Legal | |

| | | | |
|--------------------------------------|----------------------|------------------------------|-----------------|
| Denominación de la asignatura | Contexto Informativo | | |
| Créditos ECTS | 3 | Organización temporal | 1º Cuatrimestre |
| Carácter | Optativa | | |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego | | |
| Presencialidad requerida | 40 h. presenciales | | |
| Resultados del aprendizaje | | | |
| CON2., CON.3, HAB.4, COM.1 | | | |

Contenidos de la asignatura

Contexto informativo nacional
Contexto informativo internacional

| | | | |
|--|--------------------------------------|------------------------------|-----------------|
| Denominación de la asignatura | Modelos de Gestión de la información | | |
| Créditos ECTS | 3 | Organización temporal | 1º Cuatrimestre |
| Carácter | Optativa | | |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego | | |
| Presencialidad requerida | 35 h. presenciales | | |
| Resultados del aprendizaje | | | |
| CON.1, HAB.1, HAB.2, HAB.3, HAB.4, COM.1 | | | |
| Contenidos de la asignatura | | | |
| Organización de equipos creativos | | | |
| Gestión y monetización de comunidades | | | |
| Márketing específico | | | |

| | | | |
|--------------------------------------|--|------------------------------|-----------------|
| Denominación de la asignatura | Contexto Tecnológico Profesional y del Usuario | | |
| Créditos ECTS | 3 | Organización temporal | 1º Cuatrimestre |

| | |
|--|--------------------|
| Carácter | Optativa |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego |
| Presencialidad requerida | 25 h. presenciales |
| Resultados del aprendizaje | |
| CON.2, HAB.2, HAB., HAB.6, COM.2 | |
| Contenidos de la asignatura | |
| Innovación Tecnológica en los Procesos Contexto Tecnológico del Usuario | |

Módulo 3. Edición de Contenidos Informativos (Especialidad en Periodismo Avanzado Multiplataforma).

| | | | |
|--------------------------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------|
| Denominación de la asignatura | Cultura del Producto Informativo | | |
| Créditos ECTS | 3 | Organización temporal | 1º Cuatrimestre |
| Carácter | Optativa | | |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego | | |
| Presencialidad requerida | 35 h. presenciales | | |
| Resultados del aprendizaje | | | |

CON.1, CON.2, CON.3, HAB.1, HAB.2, HAB.3, HAB.4, COM.2, COM.3

Contenidos de la asignatura

Roles de producto

Mapas y modelos de contenido

Prototipado y test de usabilidad

Validación y optimización de producto

| | | | |
|--------------------------------------|---|------------------------------|-----------------|
| Denominación de la asignatura | Edición de Contenidos en Función de la Plataforma | | |
| Créditos ECTS | 3 | Organización temporal | 2º Cuatrimestre |
| Carácter | Optativa | | |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego | | |
| Presencialidad requerida | 30 h. presenciales | | |
| Resultados del aprendizaje | CON.4, HAB.2, HAB.6, COM.7 | | |
| Contenidos de la asignatura | Criterio y Herramientas para la Edición de Texto Criterio y Herramientas para la Edición de Video Criterio y Herramientas para la Edición de Imagen Criterio y Herramientas para la Edición de Audio | | |

| | | | |
|---|---|------------------------------|-----------------|
| Denominación de la asignatura | Géneros, Formatos Periodísticos y Reportерismo de Autor | | |
| Créditos ECTS | 3 | Organización temporal | 2º Cuatrimestre |
| Carácter | Optativa | | |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego | | |
| Presencialidad requerida | 45 h. presenciales | | |
| Resultados del aprendizaje | | | |
| CON.1, CON.3, CON.4, HAB.1, HAB.2, HAB.3, HAB.4, HAB.6, COM.7 | | | |
| Contenidos de la asignatura | | | |
| De la Crónica al Documental Argumentación Periodística Nuevos Géneros y Formatos Las Nuevas Fuentes Informativas, Identificación y Acceso Técnicas de Reportерismo Avanzado Multiplataforma y Análisis de Datos | | | |

| | | | |
|--------------------------------------|--------------------|------------------------------|-----------------|
| Denominación de la asignatura | Tendencias | | |
| Créditos ECTS | 3 | Organización temporal | 2º Cuatrimestre |
| Carácter | Optativa | | |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego | | |
| Presencialidad requerida | 40 h. presenciales | | |
| Resultados del aprendizaje | | | |

CON.2, CON.3, HAB.1, HAB.2, COM.1, COM.4

Contenidos de la asignatura

Nuevos Modelos de Negocio

Proyectos Digitales Disruptivos

Polos de Innovación

La IA y la Analítica de Datos en las Redacciones

Módulo 4. Consumo y Ventas (Especialidad en Producción Ejecutiva Audiovisual)

| | | | |
|--------------------------------------|---|------------------------------|-----------------|
| Denominación de la asignatura | Audiencias y Mercados | | |
| Créditos ECTS | 6 | Organización temporal | 1º Cuatrimestre |
| Carácter | Optativa | | |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego | | |
| Presencialidad requerida | 70 h. presenciales | | |
| Resultados del aprendizaje | CON.1, CON.2, CON.3, HAB.1, HAB.2, COM.1 | | |
| Contenidos de la asignatura | Tendencias y Consumos Audiencias Clásicas y Nuevas Audiencias Investigación de Mercado y <i>Benchmarking</i> Análisis de repositorios y programaciones | | |

| | | | |
|--|-----------------------|------------------------------|-----------------|
| Denominación de la asignatura | Ventas y Distribución | | |
| Créditos ECTS | 6 | Organización temporal | 2º Cuatrimestre |
| Carácter | Optativa | | |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego | | |
| Presencialidad requerida | 70 h. presenciales | | |
| Resultados del aprendizaje CON.3, CON.4, HAB.1, COM.1, COM.3 | | | |
| Contenidos de la asignatura Cómo, Dónde y Cuándo: Preventas Festivales y mercados Proceso global de promoción y lanzamiento de un producto audiovisual Box-Office | | | |

Módulo 5. Producción y Financiación (Especialidad en Producción Ejecutiva Audiovisual)

| | | | |
|--------------------------------------|---------------------------|------------------------------|-----------------|
| Denominación de la asignatura | Dirección de Producción I | | |
| Créditos ECTS | 6 | Organización temporal | 1º Cuatrimestre |
| Carácter | Optativa | | |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego | | |
| Presencialidad requerida | 70 h. presenciales | | |

| |
|--|
| <p>Resultados del aprendizaje</p> <p>CON.4, HAB.2, HAB.3, HAB.4, COM.2, COM.5, COM.7</p> |
| <p>Contenidos de la asignatura</p> <p>Dirección de Producción en Cine Dirección de Producción en Televisión</p> |

| | | | |
|---|----------------------------|------------------------------|-----------------|
| Denominación de la asignatura | Dirección de Producción II | | |
| Créditos ECTS | 3 | Organización temporal | 2º Cuatrimestre |
| Carácter | Optativa | | |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego | | |
| Presencialidad requerida | 27 h. presenciales | | |
| <p>Resultados del aprendizaje</p> <p>CON.4, HAB.2, HAB.3, HAB.4, COM.2, COM.5, COM.7</p> | | | |
| <p>Contenidos de la asignatura</p> <p>Dirección de Producción Multipantalla Dirección de Producción en Animación Dirección de Producción en Videojuegos y E-sports</p> | | | |

| | | | |
|--------------------------------------|---|------------------------------|-----------------|
| Denominación de la asignatura | Vías de Financiación de Proyectos Audiovisuales | | |
| Créditos ECTS | 3 | Organización temporal | 2º Cuatrimestre |

| | |
|---|--------------------|
| Carácter | Optativa |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego |
| Presencialidad requerida | 40 h. presenciales |
| Resultados del aprendizaje HAB.4, COM.4, COM.6 | |
| Contenidos de la asignatura Financiación Pública y Privada Financiación en la Fase de Desarrollo Financiación en la Fase de Producción y Distribución La Importancia de la Coproducción Estrategias de Negociación Elaboración de un Plan de Financiación y de Explotación | |

| | | | |
|--|-----------------------|------------------------------|-------|
| Denominación de la asignatura | Trabajo Fin de Máster | | |
| Créditos ECTS | 12 | Organización temporal | Anual |
| Carácter | Obligatorio | | |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego | | |
| Presencialidad requerida | 74 h. presenciales | | |
| Resultados del aprendizaje CON.1, CON.2, CON.3, CON.4, HAB.1, HAB.2, HAB.3, HB.4, HAB.6, COM.1, COM.2, COM.3, COM.4, COM.5, COM.6, COM.7 | | | |
| Contenidos de la asignatura Vid. 1.13.1 | | | |

| |
|--|
| |
|--|

| | | | |
|--|---------------------|------------------------------|-----------------|
| Denominación de la asignatura | Prácticas Externas | | |
| Créditos ECTS | 12 | Organización temporal | 2º Cuatrimestre |
| Carácter | Obligatorias | | |
| Lenguas de impartición | Castellano/Gallego | | |
| Presencialidad requerida | 300 h. presenciales | | |
| Resultados del aprendizaje | | | |
| CON.1, CON.2, CON.3, CON.4, HAB.1, HAB.2, HAB.3, HB.4, HAB.6, COM.1, COM.2, COM.3, COM.4, COM.5, COM.6, COM.7 | | | |
| Contenidos de la asignatura | | | |
| <p>El alumno ha de pasar un periodo de dos meses realizando prácticas remuneradas en las que ejercite los conocimientos adquiridos a lo largo del periodo de formación previo.</p> <p>Durante el desarrollo de las prácticas, los alumnos tendrán un tutor académico y otro tutor profesional –responsables de áreas, secciones, o departamentos en empresas informativas y productores ejecutivos o directores de producción en el caso de las empresas audiovisuales–. Las tareas que realizarán los estudiantes estarán relacionadas con su nivel de estudios y de formación académica.</p> <p>Una vez finalizadas las prácticas, la Entidad expedirá un certificado acreditativo su realización, características, así como un informe de seguimiento final en el que consten los siguientes aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Capacidad técnica del o de la estudiante.2. Capacidad de aprendizaje.3. Administración y organización de los trabajos.4. Habilidades de comunicación oral y escrita. | | | |

4.2. – Actividades y metodologías docentes

MD1. Clase expositiva interactiva. El profesor expone los contenidos de la materia, utilizando habitualmente ejemplos reales de la industria periodística y de comunicación. Los alumnos pueden participar planteando preguntas. Se recomienda que el profesor envíe los contenidos que va a tratar antes de la sesión (casos, lecturas recomendadas, u otros materiales).

Af1. Exposición en clase de nuevos contenidos y descripción de los materiales utilizados, por parte del profesor. Preguntas de los alumnos.

MD2. Clase participativa. Los alumnos participan activamente en el desarrollo de la clase, asumiendo el protagonismo en la misma.

Af2. Planteamiento de dudas, revisión de resultados de ejercicios o prácticas desarrollados en trabajo autónomo. Además del profesor, otros estudiantes pueden colaborar resolviendo dudas.

Af3. Exposición de contenidos por parte de los alumnos.

MD3. Práctica de laboratorio. Los alumnos trabajan en el desarrollo de prácticas o ejercicios complejos planteados por el profesor. Este trabajo se realiza durante las clases y es orientado y supervisado por el profesor.

Af4. Trabajo individual o en equipo, en la sala de ordenadores, en el que los alumnos inician o continúan el desarrollo de ejercicios, proyectos, investigan y/o aplican conceptos con el apoyo del profesor en el aula.

MD4. Aprendizaje basado en proyectos. Aprendizaje práctico, en el que se propone un proyecto o problema, relacionado con el mundo real, o con los propios TFM de los alumnos, siempre que sea posible. El proyecto articula la asignatura y se lleva a cabo de manera individual o en grupos de trabajo. Los alumnos aplican los conocimientos adquiridos en otras materias o asignaturas, buscan información, consultan con el profesor y aprenden nuevos conocimientos aplicables al proyecto.

Af5. Los alumnos se reúnen y gestionan el desarrollo de un proyecto complejo, se organizan y distribuyen las tareas y recursos, realizan el calendario o cronograma, llevan un control del trabajo realizado, etc. Utilizan herramientas digitales para la gestión del proyecto.

Af6. Los alumnos realizan tareas relacionadas con el desarrollo del proyecto de manera individual, que luego ponen en común con sus compañeros, profesores o tutores.

MD5. Trabajo colaborativo. El principal objetivo es la construcción conjunta de conocimiento. Los alumnos desarrollan una actividad basada en un objetivo común que deben llevar a cabo colaborando activamente.

Af7. Preparación individual; organización de la tarea: reparto de roles, gestión del tiempo, planificación y negociación; realización de la tarea; revisión y defensa.

MD6. Trabajo cooperativo. Similar al colaborativo, con la diferencia de que se estructura por parte del profesor, con una distribución de tareas jerárquica.

Af8. Preparación individual; realización de la tarea; revisión y defensa.

MD7. Aprendizaje indagatorio. Trabajo de investigación sobre una temática concreta, para recabar información y llegar a una conclusión. Los recursos y actividades empleadas están diseñados para apoyar el proceso de investigación, pero son los alumnos los que dirigen la línea de investigación y se responsabilizan de la tarea.

Af9. Planteamiento/contextualización del problema o escenario; definición de las preguntas de indagación; generación de hipótesis; recogida de datos; interpretación de evidencias, análisis de tendencias de contenidos y evolución de los mercados; planteamiento de conclusiones y revisión del proceso.

MD8. Metodologías ágiles. El trabajo se realiza en varios plazos de tiempo cortos (*sprints*).

Af10. Los alumnos realizan trabajos empleando cinco fases: 1) *sprint* 0; 2) fase de planificación; 3) fase de desarrollo; 4) fase de revisión; y 5) fase de análisis.

MD9. Trabajo Autónomo. Los estudiantes trabajan de manera autónoma, fuera de horas de clase, estudiando, leyendo, resolviendo ejercicios o problemas, desarrollando prácticas.

Af11. Los alumnos, de manera autónoma, trabajan los materiales proporcionados por el docente o conseguidos por ellos.

Af12. Los alumnos, de manera autónoma, fuera de horas de clase, individualmente o en equipo, resuelven problemas, desarrollan prácticas o proyectos.

MD10. Tutorías. Reuniones individualizadas con sus tutores para tratar asuntos particulares o resolver dudas académicas concretas.

Af13. Tutoría. Realización de tutorías con el profesor/tutor.

MD11. Pitching. Los alumnos aprenden a defender proyectos profesionales

Af14. Realización de ejercicios prácticos de técnicas de pitching, utilizando de base los TFM de los alumnos, guiados y tutorizados por el docente.

4.3. – Sistemas de evaluación

La evaluación de las asignaturas en el MPXA se llevará a cabo a través de una serie de actividades que pretenden valorar el grado de consecución de los objetivos y de las competencias por parte de cada estudiante.

La valoración y calificación de las diferentes asignaturas se establece dentro de un sistema de evaluación continua, a través de distintas fuentes objetivables y documentadas como la presencialidad en las clases, la realización de informes y trabajos tutelados (individuales o en equipo), así como la presentación de estos trabajos que, siempre que sea posible, estarán relacionados con el TFM de los alumnos, ya que el TFM es el elemento vertebrador de toda la metodología del Máster. El sistema de evaluación concreto de cada asignatura se describe en detalle en la correspondiente guía docente.

El profesorado velará de manera especial porque el peso o porcentaje de las notas de los ejercicios parciales en la calificación final sea proporcional al volumen de trabajo que requieren.

La evaluación de cada alumno se completará con la propia evaluación del TFM:

- Evaluación de la memoria del TFM por el tutor académico. El estudiante deberá presentar la memoria final con el trabajo realizado al tutor asignado. Este tutor evaluará la memoria para comprobar si se han conseguido los resultados de aprendizaje previstos.
- Defensa del TFM. El estudiante defenderá su trabajo fin de máster ante un comité de expertos o tribunal. Este tribunal evaluará la consecución de los resultados de aprendizaje asociados.

Así como con la evaluación del desempeño de las prácticas curriculares:

- Evaluación por el tutor académico. A la finalización del curso el estudiante deberá presentar la memoria de prácticas al tutor académico para su evaluación.
- Evaluación por la empresa a través del correspondiente informe del tutor al que estuviera asignado.

4.4. – Estructuras curriculares específicas

4.5.- Mecanismos de coordinación docente

El título contará con distintas acciones y herramientas de coordinación. Algunas de ellas ya son parte del funcionamiento normal del centro, mientras que otras son específicas para la coordinación académica de este título.

Entre los organismos y figuras de gestión y coordinación del centro que afectarán a la coordinación docente del Máster, cabe destacar:

Comisión de docencia: su composición es aprobada por la Junta de Centro. Su función es la de consensuar decisiones de organización académica que puedan afectar a cualquiera de los títulos impartidos por el centro.

Comisión de garantía de calidad: al igual que la comisión de docencia, su composición se aprueba en Junta de Centro. Su función es la de supervisar el correcto funcionamiento del Sistema Interno de Garantía de Calidad del centro en su aplicación a todos los títulos impartidos.

Además de las comisiones anteriores, comunes a todos los títulos impartidos en el centro, se crearán específicamente las siguientes figuras y comisiones para llevar a cabo la coordinación académica del Máster en Producción Xornalística e Audiovisual:

Coordinador/a del título: esta figura será la máxima responsable de la coordinación docente del título. Su principal función será el lanzamiento de las demás actuaciones de coordinación (formación de comisiones, nombramiento de coordinadores, etc.) y velar por su correcto funcionamiento, así como participar directamente en algunas de ellas.

Coordinador/a de curso: la complejidad de este máster, derivada del número de personas (profesores académicos y profesionales que imparten docencia, alrededor de 100); de empresas que intervienen en el mismo; y de la metodología docente a través del TFM, hace necesario el nombramiento de un/a coordinador/a de curso. Su función será la de garantizar la coordinación horizontal: contenidos, agendas, métodos de trabajo, etc.

Comisión académica del título: la comisión académica del título estará formada por el/la coordinador/a del título, el/la coordinador/a de curso, el/la secretario/a académico/a, el decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UDC y dos profesores del título. Su función será la valoración de necesidades y posibles

cambios en toda aquella normativa académica por la que el título pueda verse afectado.

Comisión de trabajos de fin de máster: dada la importancia del Trabajo de Fin de Máster en el plan de estudios se creará una comisión que estará compuesta por el/la coordinador/a del título, y por el/la coordinador/a de curso, el/la secretario/a académico/a, el decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UDC y dos profesores del título. Sus funciones incluirán la definición y mantenimiento de la normativa de trabajos de fin de máster, la evaluación de anteproyectos y la formación de los tribunales de evaluación de los trabajos de fin de máster.

Coordinador/coordinadora de prácticas: Los estudiantes cuentan con un/a coordinador/a para las prácticas externas, que está en contacto directo y permanente con los principales agentes de la industria audiovisual y periodística, para conocer qué perfiles buscan. Su cometido es conocer las habilidades y competencias de cada uno de los alumnos para tratar de lograr los mejores destinos para la realización de las prácticas y vigilar su correcto desarrollo. El MPXA actualmente tiene una inserción laboral cercana al 100%. Un 75% de los alumnos continúan en la misma empresa en la que realizan sus prácticas. Estos ratios se consiguen gracias a la adecuación de los alumnos a los perfiles que demanda cada una de las empresas. Otra de las funciones del coordinador/a de prácticas es seguir completando el cuadro de empresas con las que el MPXA tiene un convenio de prácticas remuneradas.

El coordinador/a del título, el coordinador/a del curso y el/la secretario/a académico/a son los miembros del comité de coordinación del máster que están en contacto permanente con los estudiantes y el profesorado. Por ese motivo, tendrán un doble perfil académico y profesional en la industria de la comunicación. Este comité de coordinación asegura que los contenidos se impartan según lo previsto en el proyecto docente.

Plan de tutorías

A lo largo del curso, los alumnos cuentan con diferentes figuras que atienden sus demandas y necesidades en tres áreas clave:

- (1) Académica: coordinador/a del máster, coordinador/a de curso, secretario/a académico/a y profesorado.
- (2) Administrativa: personal administrativo de la secretaría de estudiantes del centro y del propio Máster.
- (3) Práctica/profesional: coordinador/a del máster, coordinador/a de curso, coordinador/a de prácticas y tutores TFM.

Equipo de coordinación del máster

El coordinador/a del título, el coordinador/a del curso y el/la secretario/a académico/a del MPXA (en adelante equipo de coordinación del máster) están en contacto continuo con los estudiantes para la organización de actividades de apoyo a la formación que atiendan sus demandas (seminarios complementarios, etc.); conocer las posibles problemáticas; así como para organizar y asegurar el correcto asesoramiento académico de los estudiantes. Los alumnos de cada especialidad se reúnen cada 15 días, en el llamado Café Máster, con el equipo de coordinación para resolver dudas y presentar propuestas.

Tutorías de otros profesores en general

De acuerdo con el acuerdo del Consejo de Gobierno de 27 de marzo de 2012 que establece la dedicación docente del PDI, el profesorado en jornada completa tiene una dedicación de 6 horas de tutorías semanales. El profesorado a tiempo parcial dedica un mínimo de 3 y un máximo de 6, en función de las necesidades docentes e investigadoras de la Universidad.

Los alumnos del Máster no solo utilizan esta disponibilidad para realizar consultas a los profesores, sino que también tienen acceso permanente a los profesionales que imparten clases.

Tutores de Trabajo Fin de Máster

Debido a la importancia estratégica del TFM en este título -tal y como se describe en el apartado de esta memoria: 1.13. *Estrategias metodológicas de innovación docente específicas*- hay diferentes figuras que realizan funciones de tutorización académica y profesional a lo largo del máster para hacer un correcto seguimiento de los TFM de los alumnos.

La metodología del TFM se ha descrito en profundidad en esta memoria, en concreto en el apartado 4.1.2. *Descripción General del plan de Estudios*

A continuación se enumeran esos tutores:

- Primer día de clase:
 - Se asigna un tutor académico. Su función principal es brindar apoyo y asesoramiento general, tanto en el día a día, como para el desarrollo de su TFM.
- Primera semana de clase:
 - Dos tutores profesionales (uno por especialidad) reciben las ideas de los alumnos y trabajan con ellos -en comunicación constante con el tutor académico y el equipo de coordinación del máster-, hasta que se hace el primer pitch para conseguir un tutor profesional asignado a cada uno de los proyectos.
- Final del primer cuatrimestre:
 - Se asigna un tutor profesional por proyecto, con el que el alumno mantiene tutorías, al menos, cada 15 días. Después de cada tutoría, el alumno elabora un informe que revisa el tutor académico que también está en contacto permanente con el tutor profesional.
 - En la especialidad de Audiovisual los proyectos son individuales, en la especialidad de Periodismo, debido a la complejidad de los proyectos, se

recomienda que los proyectos se hagan en equipo y se ha incorporado la figura del tutor tecnológico, que aporta apoyo técnico para su diseño.

- Mediados del segundo cuatrimestre:
 - Los alumnos de la especialidad de Audiovisual hacen un pitch intermedio ante productores ejecutivos que valorarán la viabilidad de los proyectos y se podrán introducir elementos de corrección.
- Final del segundo cuatrimestre:
 - Defensa final de los proyectos.

5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

5.1. – Profesorado.

Profesorado Académico:

El 100% de las asignaturas del MPXA están coordinadas por un profesor de la UDC, del área de Periodismo ó de Comunicación Audiovisual. Se trata de profesores con una dilatada experiencia tanto en el ámbito académico como profesional. Esto permite garantizar que desde el punto de vista académico haya rigor y coordinación entre todos los profesores de otras universidades y profesionales que imparten docencia en el máster. El número de profesores externos es elevado (sobre todo de reconocidos profesionales de la industria) para garantizar el carácter profesionalizante del máster, que es uno de los aspectos más valorados. El hecho de que la coordinación de las materias recaiga en un número reducido de profesores de la UDC facilita, precisamente, la coordinación entre todos ellos y evita el solapamiento de materias, excepto en aquellos casos en los que el solapamiento está deliberadamente buscado, para que los alumnos puedan conocer cómo se aborda una cuestión desde diferentes enfoques o puntos de vista. La mayor parte de los profesionales tienen una amplia experiencia en impartir docencia en este máster. No obstante, debido al dinamismo del sector y los profundos cambios que experimenta, cada curso académico se intenta traer a alguno de los profesionales que lideren estas transformaciones de la industria.

| Universidad | Categoría | Número | Créditos | Doctores | Acreditados | Sexenio Vivo |
|-------------|-----------|--------|----------|----------|-------------|--------------|
| | | | | | | |

| | | | | | | |
|-------------------------|------------------|---|--|---|------------|---|
| Universidad de A Coruña | Profesor Titular | 2 | Coordinan el 100% de los créditos | 2 | 3 sexenios | 1 |
|-------------------------|------------------|---|--|---|------------|---|

Docencia

| <i>Universidad</i> | <i>Categoría</i> | <i>Número</i> | <i>Créditos</i> | <i>Doctores</i> | <i>Acreditados</i> | <i>Sexenio vivo</i> | <i>Quinquenio vivo</i> |
|---------------------------------------|----------------------------------|---------------|-------------------------------------|-----------------|----------------------------|---------------------|------------------------|
| Universidad de A Coruña | Profesor Titular | 2 | 19'5 + 12 TFM 12 Prácticas | 2 | 3 sexenios | 1 | |
| Universidad de A Coruña | Profesor Contratado Doctor | 1 | 2 | 1 | | | |
| Universidad de A Coruña | Profesor Ayudante Doctor | 1 | 1 | 1 | | | |
| Universidad de A Coruña | Profesor interino de sustitución | 1 | 1 | 1 | | | |
| Universidad de Navarra | Catedrático de Universidad | 1 | 2 | 1 | 2 sexenios | 1 | |
| Universidad de Navarra | Profesor Titular | 1 | 1 | 1 | | | |
| Universidad Santiago de Compostela | Profesor Titular | 1 | 2 | | 1 sexenio 5 quinquenios | 1 | 5 |
| Universidad Rey Juan Carlos de Madrid | Profesor Titular | 1 | 2 | 1 | 1 sexenio 3 quinquenios | 1 | 1 |
| Universidad Miguel Hernández de | Profesor Contratado Doctor | 1 | 2 | 1 | 1 sexenio | 1 | |

| | | | | | | | |
|-----------------------------------|-------------------|---|---|--|--|--|--|
| Elche | | | | | | | |
| Universidad Complutense de Madrid | Profesor Asociado | 1 | 1 | | | | |
| Universidad Oberta de Catalunya | Profesor Asociado | 1 | 1 | | | | |

| Ámbito o área de conocimiento | <i>Periodismo</i> |
|---|-------------------|
| Número de profesores y profesoras: | 5 |
| Número de doctores: | 4 |
| Número de profesores acreditados: | 3 |
| Categoría: | |
| Profesor Titular | 2 |
| Profesor Contratado Doctor | 1 |
| Profesor Asociado | 1 |
| Catedrático de Universidad | 1 |

| Ámbito o área de conocimiento | <i>Comunicación Audiovisual</i> |
|---|---------------------------------|
| Número de profesores y profesoras: | 5 |
| Número de doctores: | 4 |
| Número de profesores acreditados: | 2 |
| Categoría: | |

| | |
|----------------------------|---|
| Profesor Titular | 2 |
| Profesor Contratado Doctor | 1 |
| Profesor Ayudante Doctor | 1 |
| Profesor Asociado | 1 |

| | |
|---|--|
| Ámbito o área de conocimiento | <i>Ciencia de la Computación e Inteligencia Artificial</i> |
| Número de profesores y profesoras: | 1 |
| Número de doctores: | 1 |
| Número de profesores acreditados: | |
| Categoría: | |
| Profesor interino de sustitución | 1 |

| | |
|---|--|
| Ámbito o área de conocimiento | <i>Ciencia Política y de la Administración</i> |
| Número de profesores y profesoras: | 1 |
| Número de doctores: | 1 |
| Número de profesores acreditados: | 1 |
| Categoría: | |
| Profesor Titular | 1 |

| | |
|-------------------|---|
| MÓDULO | GESTIÓN DEL PRODUCTO CREATIVO: ÁMBITOS CLAVE |
| | |
| ASIGNATURA | GESTIÓN DE CONTENIDOS |

| | |
|-------------------|---|
| Área | Coordinada por las áreas de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 1 Docente de la UDC. - 1 Profesional ligado al nacimiento de la televisión de pago en España y, en la actualidad, al desarrollo de plataformas Over The Top. - 1 Profesional ligado al Derecho de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, y a la Propiedad Intelectual, (responsable y fundador de despacho de abogados). - 3 Directores de programación y antena de los principales grupos de comunicación, plataformas Over the Top y canales temáticos. - 1 Responsabl de grandes cuentas de márketing digital a nivel internacional. |
| ASIGNATURA | GESTIÓN EMPRESARIAL |
| Área | Coordinada por las áreas de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 1 Profesor de la UDC - 1 Profesional especialista en el diseño del plan de negocio, la búsqueda de financiación o la estructuración de productos audiovisuales desde el inicio del proyecto. - 1 Profesional responsable de la creación de grandes marcas. |
| ASIGNATURA | FORMATOS INFORMATIVOS Y DE ENTRETENIMIENTO |
| Área | Coordinada por el área de Comunicación Audiovisual de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 1 Profesor de la UDC - 1 Profesor asociado de la UCM - 3 Responsables de las principales productoras de <i>creación, desarrollo, venta, adaptación, puesta en marcha y producción ejecutiva de formatos y proyectos audiovisuales.</i> - 2 <i>Creadores de documentales galardonados a nivel internacional</i> |
| ASIGNATURA | ESCRITURA EN FASE DE DESARROLLO |
| Área | Coordinada por el área de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 1 Profesor de la UDC - 2 Guionistas con dilatada experiencia profesional y docente con premios nacionales e internacionales. - 1 Experto en contenidos transmedia de gran formato. |

| | |
|---------------|--|
| MÓDULO | CONTEXTO DEL SECTOR DE LA INFORMACIÓN |
| | |

| | |
|-------------------|---|
| ASIGNATURA | CONTEXTO PROFESIONAL Y LEGAL DE LA INDUSTRIA PERIODÍSTICA |
| Área | Coordinada por el área de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 1 Profesor de la UDC - 2 Responsables en estrategia digital de grandes medios de comunicación nacionales e internacionales. - 1 Abogado senior experto en derecho digital. |
| ASIGNATURA | CONTEXTO INFORMATIVO |
| Área | Coordinada por el área de Periodismo de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 1 Profesor de la UDC - 1 Profesor de la USC - 1 Profesional analista en política y geoestrategia mundial |
| ASIGNATURA | MODELOS DE GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN |
| Área | Coordinada por el área de Periodismo y el área de Comunicación Audiovisual de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 1 Profesor de la UDC. - 3 Directores Editoriales, de Estrategia Digital y de Operaciones de los medios españoles líderes. - 2 Expertos en planificación y desarrollo de estrategia digital de medios de comunicación. |
| ASIGNATURA | CONTEXTO TECNOLÓGICO PROFESIONAL Y DEL USUARIO |
| Área | Coordinada por el área de Periodismo y el área de Comunicación Audiovisual de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 2 Profesores de la UDC. - 1 Profesor de la Universidad Miguel Hernández de Elche. - 1 Experto en periodismo de datos y en la producción de documentales interactivos. |

| | |
|-------------------|--|
| MÓDULO | EDICIÓN DE CONTENIDOS INFORMATIVOS |
| ASIGNATURA | CULTURA DEL PRODUCTO INFORMATIVO |
| Área | Coordinada por el área de Periodismo y el área de Comunicación Audiovisual de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 1 Profesor de la UDC. - 1 Profesor de la UOC - 1 Experto en roles de producto, mapas y modelos de contenido, prototipado y test de usabilidad. |
| ASIGNATURA | EDICIÓN DE CONTENIDOS EN FUNCIÓN DE LA PLATAFORMA |
| Área | Coordinada por el área de Periodismo y el área de Comunicación Audiovisual de la UDC |

| | |
|-------------------|---|
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 2 Profesores de la UDC. - 1 Profesor Universidad de Navarra - 4 Profesionales con más de 20 años de experiencia profesional en el ejercicio periodístico en la edición de contenidos en formato texto, video, audio, infografía en medios nacionales e internacionales. |
| ASIGNATURA | GÉNEROS, FORMATOS PERIODÍSTICOS Y REPORTERISMO DE AUTOR |
| Área | Coordinada por el área de Periodismo y el área de Comunicación Audiovisual de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 1 Profesor de la UDC. - 2 Profesores de la Universidad de Navarra. - 3 Profesionales con más de 20 años de experiencia profesional en el ejercicio periodístico en la edición de contenidos en formato texto, video, documentales, y reportero avanzado, para medios y plataformas digitales.. |
| ASIGNATURA | TENDENCIAS |
| Área | Coordinada por el área de Periodismo y el área de Comunicación Audiovisual de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 2 Profesores de la UDC. - 1 Profesor Universidad de Elche - 1 Experto en diseño e innovación de contenidos periodísticos a nivel mundial. - 2 Fundadores de medios disruptivos. - 1 Ejecutiva digital, orientada a los datos. - 1 Experto en herramientas digitales aplicadas al periodismo; periodismo de datos y comprobación de hechos. |

| | |
|-------------------|--|
| MÓDULO | CONSUMO Y VENTAS |
| ASIGNATURA | AUDIENCIAS Y MERCADOS |
| Área | Coordinada por el área de Comunicación Audiovisual de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 2 Profesores de la UDC. - 1 Experto en nuevas técnicas de programación digital y medición de audiencias a través de algoritmos e IA. - 1 Director de marketing especialista en distribución en cine, vídeo y TV. - 1 Programador de cine y Doctor en Historia del Arte. |
| ASIGNATURA | VENTAS Y DISTRIBUCIÓN |
| Área | Coordinada por el área de Comunicación Audiovisual de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 1 Profesor de la UDC. |

| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - 4 Productores con dilatada carrera en coproducciones internacionales galardonadas a nivel mundial con premios como los Oscar, el Oso de Oro o los Oscar. - 2 Coordinadores de proyectos internacionales de ficción y entretenimiento en las principales productoras y distribuidoras de contenidos audiovisuales. - 1 Organizadora de mercados internacionales de coproducción audiovisual. - 1 Abogado experto en contratos internacionales de compra y venta de contenidos audiovisuales. - 1 Programador de cine y Doctor en Historia del Arte. |
|--|--|

| | |
|-------------------|--|
| MÓDULO | PRODUCCIÓN Y FINANCIACIÓN |
| ASIGNATURA | DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN I |
| Área | Coordinada por el área de Periodismo y el área de Comunicación Audiovisual de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 3 Profesores de la UDC. - 1 Profesor de la URJC. - 4 Directores de producción de las principales productoras de cine en España con obras reconocidas a nivel mundial. - 1 Director de desarrollo de obras cinematográficas y televisivas multipremiadas. |
| ASIGNATURA | DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN I |
| Área | Coordinada por el área de Periodismo y el área de Comunicación Audiovisual de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 1 Profesor de la UDC. - 1 Experta en marketing de productos audiovisuales dirigidos al público infantil y producción multipantalla. - 1 Responsable de estrategia y contenidos digitales en las principales televisiones españolas. - 2 Directores de producción de animación (galardonados con Premios Goya), de videojuegos y e-sports. |
| ASIGNATURA | VÍAS DE FINANCIACIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES |
| Área | Coordinada por el área de Periodismo y el área de Comunicación Audiovisual de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none"> - 3 Profesores de la UDC. - 1 Representante de una sociedad de garantía mutua para productos audiovisuales. - 2 Representantes de instituciones públicas y privadas con ayudas al desarrollo y a la producción de obras audiovisuales. - 5 Productores ejecutivos de algunas de las principales productoras nacionales e internacionales. |
| | |

| | |
|-------------------|--|
| TFM | |
| Área | Coordinados por el área de Periodismo y el área de Comunicación Audiovisual de la UDC |
| Profesores | <ul style="list-style-type: none">- 2 Profesores de la UDC- 23 Ejecutivos de la industria periodística y audiovisual en calidad de tutores profesionales. |

5.2. – Otros recursos humanos

El Personal de Administración y Servicios de la Facultad de Ciencias de la Comunicación se compone de personal perteneciente a la UXAI compartido con la Facultad de de Sociología y de PAS propio:

DECANATO:

- Secretario del decanato (1)

ADMINISTRACIÓN (UXAI - compartido con la Facultad de Sociología):

- Jefa de Administración (1)
- Jefa de Negociado de Asuntos Económicos (1)
- Administradora (1)
- Puesto Base (1)

SERVICIOS:

- Técnico de medios audiovisuales (1)
- Conserje (1)
- Auxiliares de servicio (4)

BIBLIOTECA (compartido con la Facultad de Sociología)

- Directora de Biblioteca (1)
- Bibliotecario/a (2)
- Auxiliar técnico (2)

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:

Secretario Administrativo (1)

Para la gestión administrativa, el Máster en Producción Periodística y Audiovisual cuenta con personal propio, una secretaria que realiza sus tareas en el lugar donde se imparte el máster, y

una persona que realiza tareas de comunicación en Redes Sociales. El PAS de la administración del centro brinda apoyo al MPXA en tareas específicas relacionadas con procedimientos de la UDC.

6. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

6.1. Recursos materiales y servicios

Además de los recursos propios de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidade da Coruña, la Fundación Santiago Rey Fernández-Latorre ha firmado un convenio privado con esta Universidad, por el que se compromete a dotar de todos aquellos recursos materiales, humanos y económicos necesarios para que el nivel de calidad del Máster cumpla con los objetivos presentados y justificados en la memoria verificada por el Ministerio.

La FSRFL también ha suscrito un convenio con la Fundación Amancio Ortega, a través del cual esta Fundación se compromete a becar el 100% de la matrícula de los alumnos que realicen el Máster, además de una beca de estancia para los alumnos extranjeros. Asimismo ofrece respaldo económico para el traslado y docencia de profesionales de la industria.

El Título de Máster Universitario en Producción Periodística y Audiovisual dispone para su desarrollo de las instalaciones de la FSRFL y las empresas de la Corporación Voz de Galicia en su conjunto. Se ponen a su disposición tanto en el Polígono de Sabón (Arteixo) como en algunas de sus delegaciones.

Las instalaciones del Máster son totalmente accesibles y cuentan con todas las herramientas necesarias para llegar a la plena integración del alumnado.

La FSRFL pone a disposición del Máster las siguientes dependencias:

- Una sala de proyección.
- Dos aulas laboratorios equipadas con equipos informáticos dotados del software específico necesario para los alumnos, conexión a Internet, proyectores e impresoras.
- Espacios comunes.
- Una sala de trabajo y de descanso, y videoteca.
- Toda la infraestructura de la Corporación Voz de Galicia.

Cada alumno dispondrá de un ordenador dotado con el software específico de la especialidad del máster que haya elegido.

Los alumnos podrán tener acceso al comedor de los trabajadores de La Voz de Galicia y dispondrán de un lugar exclusivo, acondicionado para ellos, dotado de una cocina con todos los accesorios necesarios: nevera, 2 microondas, cafetera, máquina con bidones de agua para autoservicio, una zona amplia para que puedan comer y descansar.

Además, podrán utilizar el servicio de autobuses de la empresa que conecta la ciudad de A Coruña con las instalaciones en Sabón. Este servicio tiene distintas rutas que cubren los diferentes puntos de la ciudad. Los horarios de las clases presenciales del Máster se adaptarán a los horarios de los autobuses.

Biblioteca y recursos online

Los alumnos tienen acceso a todo tipo de material profesional (*paper formats*, dossiers, catálogos de distribuidoras internacionales de contenidos audiovisuales, *teasers*, etc.) que los responsables del Máster traen tras su asistencia a los mercados y foros internacionales.

También tienen acceso a bases de datos de formatos audiovisuales a nivel mundial y a informes ejecutivos sobre la evolución de los contenidos audiovisuales, de empresas como GECA o “Parrot Analytics” (estas empresas podrían cambiar a lo largo del tiempo). Asimismo, tienen acceso a las fuentes de información, como agencias, a las que está suscrita la redacción de La Voz de Galicia.

Además de una biblioteca propia, los alumnos también tienen acceso a los servicios de Biblioteca de la UDC. Existe una constante evolución en el crecimiento y actualización de los fondos bibliográficos y recursos documentales, en especial los recursos monográficos impresos, electrónicos y audiovisuales como vídeos, DVD, CD con contenidos audiovisuales, y videojuegos que forman parte de este servicio.

Orientación al estudiante:

La orientación a los estudiantes comienza mucho antes de que empiecen las clases del máster. Al tener una tercera parte de alumnos extranjeros y un tanto por ciento elevado de alumnos de nacionalidad española residentes en otras ciudades distintas a A Coruña, es necesario que se realice un asesoramiento previo.

La secretaría del máster funciona como un elemento importante para poner en contacto a todos aquellos alumnos que muestran su interés por compartir vivienda. Se les asesora sobre cuáles son las zonas de la ciudad más recomendables para buscar alojamiento, teniendo en cuenta también la ubicación de las paradas de autobuses que recorren la ciudad para trasladarlos a la sede del Máster en el polígono industrial de Sabón.

Con anterioridad al comienzo de las clases también se les indica dónde están ubicadas estas paradas de los autobuses y los horarios de recogida (se ha preparado una infografía para que los alumnos puedan identificar visualmente los lugares exactos de las paradas, que no se corresponden con las de los autobuses urbanos). Los alumnos manifestaron que este pequeño

detalle les permitió sentirse menos inquietos y más seguros los primeros días, que son los más complicados en la adaptación a los nuevos entornos. Se cumple así una sugerencia hecha por los propios alumnos en cursos anteriores.

También se pone en contacto a los alumnos con la UXAI y se les facilita los trámites administrativos en todo lo posible.

El primer día de presentación, los responsables del Máster les dan la bienvenida a las instalaciones. Les presentan a todo el personal, se recorren las instalaciones, se les da documentación sobre cómo va a ser el día a día del máster, se les aporta información práctica sobre su TFM y se les entrega un calendario con las fechas más importantes. Así mismo, se les proporciona un calendario detallado de los horarios, docentes y materias que tendrán ese mes y el siguiente, así como los CVs de los profesores, el índice de las clases y todos aquellos materiales que es necesario que lean, vean o preparen antes de sus respectivas sesiones.

En esa misma sesión se adjudican los ordenadores, taquillas y demás espacios que tendrán asignados cada uno de los alumnos durante ese curso lectivo. Entre el material de bienvenida figura una mochila que los alumnos pueden emplear en su día a día. Además de esta jornada de bienvenida, están previstas y calendarizadas las tutorías de orientación académica, de prácticas externas, y los mecanismos ya descritos para orientar e incorporar a los alumnos en el mercado laboral.

Revisión y mantenimiento de las estructuras:

Como se comentó anteriormente, el Título de Máster Universitario en Producción Periodística y Audiovisual dispone para su desarrollo de las instalaciones de la FSRFL y las empresas de la Corporación Voz de Galicia en su conjunto.

El Departamento de Servicios Generales de La Voz de Galicia se hace cargo del mantenimiento de todas las infraestructuras e instalaciones que tienen que ver con el Máster. Además, cuenta con un Departamento Técnico y de Sistemas propio que se encarga del mantenimiento de los equipos informáticos e instalación o revisión del software necesario en cada uno de los equipos de los alumnos.

El equipo de coordinación del MPXA también velará por garantizar que las empresas que acojan a los alumnos para la realización de las prácticas curriculares dispongan de los espacios y recursos necesarios para el buen desarrollo y desempeño de las mismas, antes de la firma del convenio de colaboración.

6.2. Procedimiento para la gestión de las prácticas externas

Todo el alumnado que curse el Máster en Producción Periodística y Audiovisual deberá realizar de forma obligatoria 12 ECTS de prácticas externas.

Como ya se explicó en el punto **4.5. Mecanismos para la coordinación docente**, el MPXA cuenta con una Coordinadora de Prácticas Externas, que realiza esta función, en contacto directo con la Comisión Académica del Máster, para garantizar la calidad de las mismas y que se desarrollen en entornos de trabajo apropiados. Se revisará la asignación de tutores y el plan de trabajo propuesto, asegurando la adquisición por parte del alumnado de las competencias asociadas a dichas prácticas.

El/La coordinador/a de prácticas externas está en contacto permanente con los alumnos, para conocer la evolución de sus habilidades y competencias, y con los profesionales de la industria.

Un número importante de los profesores del Máster son posibles empleadores. La mera asistencia a clase pone en contacto a los alumnos con la industria. El propio Máster no solo está promovido por la principal empresa de comunicación en Galicia, sino que acredita importantes relaciones con las principales empresas de la comunicación en España y también a nivel internacional.

Está previsto que las prácticas curriculares se realicen entre los meses de junio y octubre (antes de que empiece la siguiente promoción del máster).

Pero no todos los alumnos tienen que empezar necesariamente las prácticas al mismo tiempo, sino que se intentará adecuar la oferta de prácticas a los distintos perfiles de los alumnos. Precisamente, si se decide prolongar el período en el que pueden empezar sus prácticas hasta el mes de octubre obedece a varias razones:

(la) Para tratar de conseguir la mayor idoneidad posible de las prácticas, y tratar de esquivar los meses en los que los alumnos de grado hacen prácticas en los medios (los meses de julio y agosto que suelen ser además los de menor carga profesional);

(b) En el caso de las empresas que se dedican a la producción de contenidos audiovisuales, los períodos de producción no siempre coinciden con los meses estivales.

Durante el desarrollo de las prácticas, los alumnos tendrán un tutor profesional. El perfil de este tutor es el de una persona capaz de valorar, dirigir y corregir (en caso de ser necesario) el trabajo del alumno. Serán los responsables de áreas, secciones, o departamentos en empresas informativas y productores ejecutivos o directores de producción en el caso de las empresas audiovisuales.

Las tareas que realizarán los estudiantes en prácticas estarán relacionadas con su nivel de estudios y de formación académica.

Una vez finalizadas las prácticas, la Entidad expedirá un certificado acreditativo de su realización y de sus características. Además, le remitirá debidamente cubierto al tutor académico el informe de seguimiento final de las prácticas, en que deberán constar los siguientes aspectos:

1. Capacidad técnica del o de la estudiante
2. Capacidad de aprendizaje

3. Administración y organización de los trabajos

4. Habilidades de comunicación oral y escrita

El MPXA cuenta con numerosos convenios de colaboración con instituciones, gestionando cada curso nuevos acuerdos, lo que permite disponer de una amplia oferta de prácticas externas.

Las entidades colaboradoras aportan los servicios y medios materiales y humanos que permiten garantizar el desarrollo de las actividades formativas planificadas con criterios de calidad docente. Actualmente, las prácticas son remuneradas, salvo especial acuerdo entre el alumno y la empresa. Con frecuencia, en cada curso académico el alumnado tiene la oportunidad de continuar en la misma entidad una vez finalizado el período de prácticas obligatorias a través de contratos en prácticas e incluso llegando a formalizar contratos ordinarios, lo que les da una oportunidad de acceder al mercado laboral.

[Relación detallada de empresas en las que los alumnos han realizado sus prácticas curriculares detallando datos del alumno, tutor profesional y tutor académico.](#)

Relación de entidades colaboradoras:

Aloa Comunicación
Amuse Studios, S.L.U.
Anima Kitchen
Arca Audiovisual. S.L.
Atlántica Comunicación
Audienza Marketing, S.L.
Avalon Distribución Audiovisual, S.L.
Balance Media Entertainment
Beta Entertainment Spain, S.L.
Bambú Producciones, S.L.
Banijay Iberia
BoxFish TV, S.L.
Buendía Producciones
Chavalas la Película, I.A.E.
Cinemar Films, S.L.
Corporación de Radio y Televisión Española SA SME
Cuarzo Producciones, S.L.
Diario de León
Diario de Navarra

Diario el Comercio de Perú
El Cañonazo Multimedia, S.L.
El Complot de Producciones, S.L.
Elogia Media, S.L.
El Ranchito Imagen Digital, S.L.
Esgalla
Ficción Producciones, S.L.
Ibrands Medios Interactivos, S.L.
Ignacio Benedeti Cinema, S.L.
La Voz de Asturias
La Voz de Galicia, S.A.
Mediaset
Medio Limón Producciones, S.L.
Megamedia
Miramemira
Navarra Televisión
Octo Comunicación
Osoigo, S.L.
Portocabo T.V., S.L.
Reclam
Secuoya
Taller de Técnicas Creativas, S.L.U.
Tee Travel, S.L.
Tres I Media Prod. Creativa S.L.
Unicorn Content
Vacafilms
Verisure
Voz Audiovisual, S.A.U.

En cada una de estas prácticas curriculares, además de firmar el convenio entre la UDC y la entidad contratante, se gestiona la firma de un Anexo adjunto a dicho convenio, donde se detallan los datos de la empresa, alumno, tutor profesional y académico, horario y remuneración.

Una vez que el alumno finaliza sus prácticas obligatorias, la empresa evalúa el trabajo realizado (informe tutor profesional) y el alumno elabora una memoria final (memoria final prácticas externas)

6.3. Previsión de dotación de recursos materiales y servicios

7. CALENDARIO DE IMPARTICIÓN

7.1. Cronograma de implantación

Se propone para implantar en el curso 2024/2025, que coincide con la temporización que da el RD822/2021 en su disposición transitoria sexta para adecuar los títulos a 60, 90 o 120 ECTS.

7.2. Procedimiento de adaptación

Al tratarse del mismo máster oficial que se está impartiendo ahora mismo, sólo que con una reducción de créditos (de 72 a 60, como obliga el RD 822/2021). No es necesario establecer un procedimiento de adaptación.

7.3. Enseñanzas que se extinguen

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE CALIDAD

8.1. Sistema interno de garantía de calidad

El SGIC ha sido realizado conforme a las directrices del Programa FIDES-AUDIT de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Galicia (ACSUG), y de acuerdo con los Criterios y Directrices de Garantía de Calidad del EEES.

El Sistema de Garantía de Calidad Interna (<https://comunicacion.udc.es/es/sgic>) ha sido evaluado por la ACSUG recibiendo un informe positivo en fecha 27 de julio de 2009, conforme a las directrices establecidas en el FIDES-AUDIT.

8.2. Medios de información pública

La Universidad de A Coruña cuenta con los siguientes canales de información pública:

- Información de carácter general que proporciona la página web de la UDC en el apartado Estudios (<https://estudios.udc.es/>).

La página web recoge información tanto académica (plan de estudios, profesorado), como administrativa (condiciones de acceso, procedimiento de matrícula).

- La UDC cuenta con una sección dentro de su página web dedicada a brindar información específica para futuros estudiantes (https://udc.es/es/futuros_estudiantes/).

En ella se pueden encontrar detalles sobre los diferentes grados, posgrados y cursos de la universidad, así como información sobre los procesos de admisión y matriculación. Además, la UDC cuenta con una sección dedicada a la información para futuros estudiantes de másteres (https://udc.es/es/futuros_estudiantes/masteres/) e información detallada acerca del Máster en Producción Periodística y Audiovisual (<https://estudios.udc.es/es/study/detail/4531v01>).

La página web de la UDC también incluye información sobre las becas y ayudas al estudio disponibles para los estudiantes de máster, así como sobre los servicios y recursos que la universidad pone a disposición de los estudiantes, como la biblioteca, los laboratorios, las instalaciones deportivas, entre otros.

- A su vez, el Máster en Producción Periodística y Audiovisual dispone de su propia página web <https://mpxa.net>, donde los futuros alumnos pueden consultar los planes de estudio de las dos especialidades que conforman el máster: Periodismo Avanzado Multiplataforma y Producción Ejecutiva Audiovisual; los profesores que imparten clase en cada modalidad; testimonios de exalumnos y profesores que han estado o imparten clases en sus aulas y las últimas noticias del Máster, tanto en su apartado de actualidad como en la pestaña de Twitter que está visible en esa sección.

Redes Sociales:

El MPXA está presente en las siguientes RRSS:

-Twitter: <https://twitter.com/mpxa>

-Instagram: https://www.instagram.com/master_mpxa/

-Facebook: <https://es-es.facebook.com/mastermpxa>



-Linkedin:<https://www.linkedin.com/company/a-master-en-produccion-xornalistica-e-audiovisual>