



Guía Docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Modelos de Xestión: Organización de Redaccións, Márketing e Análise de Audiencias		Código	616531005
Titulación				
Descriptor				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Optativa	3
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	HumanidadesSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Arrojo Baliña, María José		Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es
Profesorado	Arrojo Baliña, María José		Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es
Web				
Descrición xeral	Análise dos distintos modelos de xestión xornalística; márketing específico para a contorna informativa; análise de audiencias (Analítica web, big data, SEO, Social Paid Media).			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe		Competencias / Resultados do título	
Análise dos distintos modelos de xestión xornalística.		AP2 AP3 AP6 AP13 AP15	
Márketing específico para a contorna informativa.		AP14 AP16	BP7
Análise de audiencias (Analítica web, big data, SEO, Social Paid Media).		AP9	BP7 CP2

Contidos	
Temas	Subtemas



-Modelo de xestión.	1. Xornalismo na internet: 1.1 Evolución histórica dos medios dixitais 1.2 Modelos actuais de medios dixitais 1.3 Tendencias de futuro 2. Redacción xornalística na internet: 2.1 Fundamentos 2.2 Noticias hipertextuales 2.3 Redacción SEO 3. Xornalismo de datos: 3.1 Fundamentos 3.2 Fuentes documentais e procuras avanzadas 3.3 Introducción a Tableau 3.4 Técnicas de obtención de datos (scraping) 3.5 Análises e visualización de datos con Tableau 3.6 Formatos xornalísticos multimedia 4. Claves da transformación dixital: 4.1 Desenvolvemento de produto 4.2 Distribución 4.3 Internalización 4.4 Data
-Márketing específico.	1. Presenza orgánica en RRSS: 1.1 Contexto dixital 1.2 Estratexia 1.3 Identidade de marca 1.4 Contidos 1.5 Métricas orgánicas 2. Presenza de pago en RRSS: 2.1 Por que estar en social media? 2.2 É a miña presenza gratuíta? 2.3 Conceptos Crave de publicidade en Redes Sociais. 2.4 Formatos Sociais 2.5 Segmentacións sociais 2.6 Customer Joruney 2.7 Medición e optimización
-Análise de audiencias.	1. Google Analytics 2. Estratexias de negocio en medios dixitais 3. Escribir para Google 4. Factores de posicionamento 5. Optimizar o contido 6. Keywords

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Traballos tutelados	A14 A16 B7	5	30	35
Estudo de casos	A9 A13 A15 C2	4	12	16
Prácticas de laboratorio	A2 A3	2	10	12
Seminario	A2 A3 A6 A9 A13 C2	10	2	12
Atención personalizada		0		0



*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	Primeira parte: Definir un modelo de cobranza por contidos para La Voz de Galicia e fixar unha serie de indicadores (KPI? s) que permitan monitorar a consecución dos obxectivos e unha meta (obxectivo) para cada indicador. Así mesmo, establecer unha acción/estratexia editorial orientada a mellorar os resultados da indicadores clave en calquera dos seguinte pasos do itinerario dun usuario: captación, conversión ou retención. Segunda parte: Deseñar un panel de control que permita avaliar se a estratexia de cobranza por contidos está a dar resultado.
Estudo de casos	Análise con exemplos reais de empresas do sector de medicións e análises de audiencia e as diferentes accións de márketing levadas a cabo polos medios para dar a coñecer os seus contidos.
Prácticas de laboratorio	- Exercicio práctico de xornalismo de datos co programa Tableau. - Exercicio de deseño da presenza orgánica dunha empresa en redes sociais e estratexia de Paid Media da mesma en RRSS.
Seminario	Clases presenciais con profesionais de recoñecido prestixio nas que trasladan aos alumnos os contidos nucleares da materia.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos Traballos tutelados Prácticas de laboratorio	A atención personalizada que se describe para estas metodoloxías concíbese como momentos de traballo presencial co profesor para a atención e seguimento do traballo realizado por cada alumno. Implican unha participación obrigatoria para o alumnado. A forma e o momento en que se desenvolverá indicárase en relación a cada actividade ao longo do curso segundo o plan de traballo da materia.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	A14 A16 B7	En relación cos traballos tutelados valorárase: - A adecuación metodolóxica das propostas de traballo. - A profundidade do contido. - O dominio das aplicacións utilizadas na elaboración das propostas socioeducativas. - O tratamento dunha linguaxe propia do contexto disciplinar. - A utilización de fontes documentais complementarias e actuais. - A presentación e a claridade da exposición.	50
Prácticas de laboratorio	A2 A3	En relación coas prácticas de laboratorio valorárase: - O manexo das ferramentas informáticas explicadas en clase. - O tratamento dunha linguaxe propia do contexto disciplinar. - A adecuación metodolóxica das propostas de traballo. - A profundidade do contido.	50

Observacións avaliación

Fontes de información



Bibliografía básica	- (). https://analytics.google.com/analytics/academy/. - (). https://www.youtube.com/watch?v=kKPTZNjaKcY&list=PLI5YfMzCfRtZU5Qwzx57HjmZyNE2o5YD. - Salaverría, R. (2019). Digital journalism. John Wiley & Sons - Salaverría, R., Martínez-Costa, M. P., & Breiner, J. (2018). Mapa de los cybermedios de España en 2018: análisis cuantitativo. Revista Latina de Comunicación Social, 73 - Gray, J., Bounegru, L., & Chambers, L. (2014). Manual de periodismo de datos . http://interactivos.lanacion.com.ar/manual-data/index.html
Bibliografía complementaria	

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións

(*)A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías