



| Guia docente          |                                                                                                                                                                                        |         |                    |                          |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------------|--------------------------|
| Datos Identificativos |                                                                                                                                                                                        |         | 2020/21            |                          |
| Asignatura (*)        | Modelos de Gestión: Organización de Redacciones, Marketing y Análisis de Audiencias                                                                                                    |         | Código             | 616531005                |
| Titulación            | Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual                                                                                                                          |         |                    |                          |
| Descriptor            |                                                                                                                                                                                        |         |                    |                          |
| Ciclo                 | Periodo                                                                                                                                                                                | Curso   | Tipo               | Créditos                 |
| Máster Oficial        | 1º cuatrimestre                                                                                                                                                                        | Primero | Optativa           | 3                        |
| Idioma                | Castellano                                                                                                                                                                             |         |                    |                          |
| Modalidad docente     | Presencial                                                                                                                                                                             |         |                    |                          |
| Prerrequisitos        |                                                                                                                                                                                        |         |                    |                          |
| Departamento          | Departamento profesorado másterHumanidadesSocioloxía e Ciencias da Comunicación                                                                                                        |         |                    |                          |
| Coordinador/a         | Arrojo Baliña, María José                                                                                                                                                              |         | Correo electrónico | maria.jose.arrojo@udc.es |
| Profesorado           | Arrojo Baliña, María José<br>Calzada Martínez, Beatriz<br>Prego García, Iván<br>Ramírez García, Noemí<br>Salaverría Aliaga, Ramón                                                      |         | Correo electrónico | maria.jose.arrojo@udc.es |
| Web                   |                                                                                                                                                                                        |         |                    |                          |
| Descripción general   | Análisis de los distintos modelos de gestión periodística; marketing específico para el entorno informativo; análisis de audiencias (Analítica web, big data, SEO, Social Paid Media). |         |                    |                          |



|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Plan de contingencia</b> | <p>1. Modificaciones en los contenidos</p> <p>No se realizarán cambios</p> <p>2. Metodologías</p> <p>Metodologías docentes que se mantienen</p> <p>? Trabajos tutelados (con atención personalizada, computa en la evaluación)</p> <p>? Seminarios profesionales</p> <p>? Estudio de casos</p> <p>Metodologías docentes que se modifican</p> <p>Práctica en laboratorio (no se realizará, ya que las evaluaciones de estos conocimientos se incorporan en la metodología de los ?Trabajos tutelados?)</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada al alumnado</p> <p>? Correo electrónico: Diariamente. De uso para hacer consultas, solicitar encuentros virtuales para resolver dudas y hacer el seguimiento de los trabajos tutelados.</p> <p>- Google Docs: para compartir materiais dos profesores e profesionais que imparten docencia.</p> <p>? Teams: esta plataforma se utilizará para las clases magistrales, los seminarios con profesionales, según el horario establecido, y para el seguimiento y apoyo en la realización de los ?trabajos tutelados?. Esta dinámica permite hacer un seguimiento normalizado y ajustado a las necesidades del aprendizaje del alumando para desarrollar el trabajo de la materia. A través de Teams los alumnos también pueden trasladar consultas.</p> <p>4. Modificaciones en la evaluación</p> <p>Las prácticas en laboratorio se transforman en trabajos tutelados (100%): En relación con los trabajos tutelados se valorará:</p> <p>? La adecuación metodológica de las propuestas de trabajo</p> <p>? La profundidad del contenido</p> <p>? El dominio de las aplicaciones utilizadas y la adecuación a los objetivos marcados</p> <p>? El tratamiento de un lenguaje propio del contexto disciplinar</p> <p>? La utilización de fuentes documentales complementarias y actuales</p> <p>? La presentación y la claridad de la exposición</p> <p>Observaciones de evaluación:</p> <p>Se mantienen las mismas que figuran en la guía docente, excepto que:</p> <p>? Las referencias al cómputo de la asistencia, que solo se realizará respeto de las sesiones que hubo presenciales hasta el momento en el que se suspendió la actividad presencial.</p> <p>REQUISITOS PARA SUPERAR LA MATERIA:</p> <p>1. Asistir y participar regularmente en las actividades de la clase.</p> <p>2. Obtener una puntuación del 50% del peso de cada una de las partes objeto de evaluación (trabajos tutelados).</p> <p>3. Entregar y exponer los trabajos tutelados en la fecha que se indique.</p> <p>4. La oportunidad de julio estará sometida a los mismos criterios que la de junio.</p> <p>5. Modificaciones de la bibliografía o webgrafía</p> <p>- No se realizarán cambios</p> |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|





## Competencias del título

| Código | Competencias del título                                                                                                                                                                          |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A2     | CE2. Conocer la gestión y administración de empresas periodísticas                                                                                                                               |
| A3     | CE3. Conocer las técnicas de creación y producción de contenidos comunicativos                                                                                                                   |
| A6     | CE6. Gestionar proyectos comunicativos digitales de informativos o de entretenimiento                                                                                                            |
| A9     | CE9 - Analizar y prever las tendencias de los mercados de informativos y de entretenimiento en el entorno digital                                                                                |
| A13    | CE13 - Profundizar en el análisis de los productos periodísticos y de entretenimiento desde una perspectiva práctica e internacional                                                             |
| A14    | CE14 - Adquirir las habilidades y aptitudes necesarias para entender las interdependencias de la comunicación digital                                                                            |
| A15    | CE15 - Desarrollar habilidades y destrezas para verificar fuentes de información fiables                                                                                                         |
| A16    | CE16 - Planificar e implementar acciones de comunicación y generación de contenidos en redes sociales, para proyectos informativos y de entretenimiento                                          |
| B7     | CG3 - Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida |
| C2     | CT6 - Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad                                         |

## Resultados de aprendizaje

| Resultados de aprendizaje                                                 | Competencias del título           |     |     |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-----|-----|
| Análisis de los distintos modelos de gestión periodística.                | AP2<br>AP3<br>AP6<br>AP13<br>AP15 |     |     |
| Márketing específico para el entorno informativo.                         | AP14<br>AP16                      | BP7 |     |
| Análisis de audiencias (Analítica web, big data, SEO, Social Paid Media). | AP9                               | BP7 | CP2 |

## Contenidos

| Tema                | Subtema                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| -Modelo de gestión. | 1. Periodismo en internet:<br>1.1 Evolución histórica de los medios digitales<br>1.2 Modelos actuales de medios digitales<br>1.3 Tendencias de futuro<br>2. Redacción periodística en internet:<br>2.1 Fundamentos<br>2.2 Noticias hipertextuales<br>2.3 Redacción SEO<br>3. Periodismo de datos:<br>3.1 Fundamentos<br>3.2 Fuentes documentales y búsquedas avanzadas<br>3.3 Introducción a Tableau<br>3.4 Técnicas de obtención de datos (scraping)<br>3.5 Análisis y visualización de datos con Tableau<br>3.6 Formatos periodísticos multimedia<br>4. Claves de la transformación digital:<br>4.1 Desarrollo de producto<br>4.2 Distribución<br>4.3 Internalización<br>4.4 Data |



|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| -Márketing específico.   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Google News: <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Qué es</li> <li>1.2 Factores generales de posicionamiento</li> </ol> </li> <li>2. AMP: Superficies / formatos específicos para Google</li> <li>3. Factores principales de posicionamiento <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 Originalidad</li> <li>3.2 Interés</li> <li>3.3 Frescura</li> </ol> </li> <li>4. Optimización de posicionamiento: <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Titular para Google</li> <li>4.2. La importancia de la imagen</li> <li>4.3. Texto del artículo</li> </ol> </li> <li>5. Herramientas de apoyo: <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1. Google Trends</li> </ol> </li> <li>6. Google Discover: El "agregador" de Google</li> </ol>                                                                                                              |
| -Análisis de audiencias. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué es la analítica digital?</li> <li>2. ¿Para qué necesito la analítica digital?</li> <li>3. ¿Qué se requiere para realizar analítica digital?</li> <li>4. Procesos de la analítica digital</li> <li>5. Estrategia de medición</li> <li>6. Plan de medición <ol style="list-style-type: none"> <li>6.1 Objetivos micro y macro</li> <li>6.2 Customer Journey y Funnel</li> <li>6.3 Ecommerce - Suscripciones en LVG</li> <li>6.4 Identificación de objetivos y plan de medición</li> </ol> </li> <li>7. Reporting y áreas de negocio</li> <li>8. Google Analytics <ol style="list-style-type: none"> <li>8.1 Análisis orientado a tráfico</li> <li>8.2 Análisis orientado a suscripciones</li> </ol> </li> <li>9. Google Data studio <ol style="list-style-type: none"> <li>9.1 Conexión de fuentes de datos</li> <li>9.2 Reporting</li> </ol> </li> </ol> |

| Planificación            |                    |                    |                                          |               |
|--------------------------|--------------------|--------------------|------------------------------------------|---------------|
| Metodologías / pruebas   | Competencias       | Horas presenciales | Horas no presenciales / trabajo autónomo | Horas totales |
| Trabajos tutelados       | A14 A16 B7         | 4                  | 20                                       | 24            |
| Estudio de casos         | A9 A13 A15 C2      | 3                  | 18                                       | 21            |
| Prácticas de laboratorio | A2 A3              | 2                  | 14                                       | 16            |
| Seminario                | A2 A3 A6 A9 A13 C2 | 12                 | 2                                        | 14            |
| Atención personalizada   |                    | 0                  |                                          | 0             |

(\*) Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

| Metodologías |             |
|--------------|-------------|
| Metodologías | Descripción |



|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Trabajos tutelados       | <p>Primera parte: Definir un modelo de cobro por contenidos para La Voz de Galicia y fijar una serie de indicadores (KPI?s) que permitan monitorizar la consecución de los objetivos y una meta (objetivo) para cada indicador. Asimismo, establecer una acción/estrategia editorial orientada a mejorar los resultados de los indicadores clave en cualquiera de los siguiente pasos del itinerario de un usuario: captación, conversión o retención.</p> <p>Segunda parte: Diseñar un panel de control que permita evaluar si la estrategia de cobro por contenidos está dando resultado.</p> |
| Estudio de casos         | Análisis con ejemplos reales de empresas del sector de mediciones y análisis de audiencia y las diferentes acciones de márketing llevadas a cabo por los medios para dar a conocer sus contenidos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Prácticas de laboratorio | <ul style="list-style-type: none"><li>- Ejercicio práctico de periodismo de datos con el programa Tableau.</li><li>- Ejercicio de diseño de la presencia orgánica de una empresa en redes sociales y estrategia de Paid Media de la misma en RRSS.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Seminario                | Clases presenciales con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

## Atención personalizada

| Metodologías                                                       | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Estudio de casos<br>Trabajos tutelados<br>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. |

## Evaluación

| Metodologías             | Competencias | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Calificación |
|--------------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Trabajos tutelados       | A14 A16 B7   | <p>En relación con los trabajos tutelados se valorará:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- La adecuación metodológica de las propuestas de trabajo.</li><li>- La profundidad del contenido.</li><li>- El dominio de las aplicaciones utilizadas en la elaboración de las propuestas socioeducativas.</li><li>- El tratamiento de un lenguaje propio del contexto disciplinar.</li><li>- La utilización de fuentes documentales complementarias y actuales.</li><li>- La presentación y la claridad de la exposición.</li></ul> | 50           |
| Prácticas de laboratorio | A2 A3        | <p>En relación con las prácticas de laboratorio se valorará:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- El manejo de las herramientas informáticas explicadas en clase.</li><li>- El tratamiento de un lenguaje propio del contexto disciplinar.</li><li>- La adecuación metodológica de las propuestas de trabajo.</li><li>- La profundidad del contenido.</li></ul>                                                                                                                                                                 | 50           |

## Observaciones evaluación

## Fuentes de información



|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Básica         | <ul style="list-style-type: none"><li>- (). <a href="https://analytics.google.com/analytics/academy/">https://analytics.google.com/analytics/academy/</a>.</li><li>- (). <a href="https://www.youtube.com/watch?v=kKPTZNjaKcY&amp;list=PLI5YfMzCfRtZU5Qwzx57HjmZyNE2o5YD">https://www.youtube.com/watch?v=kKPTZNjaKcY&amp;list=PLI5YfMzCfRtZU5Qwzx57HjmZyNE2o5YD</a>.</li><li>- Salaverría, R. (2019). Digital journalism. John Wiley &amp; Sons</li><li>- Salaverría, R., Martínez-Costa, M. P., &amp; Breiner, J. (2018). Mapa de los cybermedios de España en 2018: análisis cuantitativo. Revista Latina de Comunicación Social, 73</li><li>- Gray, J., Bounegru, L., &amp; Chambers, L. (2014). Manual de periodismo de datos .<br/><a href="http://interactivos.lanacion.com.ar/manual-data/index.html">http://interactivos.lanacion.com.ar/manual-data/index.html</a></li><li>Salaverría, R. (2016). ¿España?. En: Salaverría, Ramón (coord.). Ciberperiodismo en Iberoamérica. Madrid: Fundación Telefónica y Editorial Ariel, pp. 169-209. Disponible en:<br/><a href="https://www.academia.edu/22420797/Ciberperiodismo_en_Iberoam%C3%A9rica_Espa%C3%B1a">https://www.academia.edu/22420797/Ciberperiodismo_en_Iberoam%C3%A9rica_Espa%C3%B1a</a></li><li>Salaverría, R. (2014). Redacción en internet: libro de apuntes para Ciberperiodismo. [Apuntes inéditos; no disponibles en la red, se envían como documento adjunto].</li></ul> |
| Complementaria |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

## Recomendaciones

### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

### Asignaturas que continúan el temario

### Otros comentarios

(\*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías