



| Teaching Guide | | | | |
|----------------------------|--|---------------|--------------------------|----------------|
| Identifying Data | | | | 2021/22 |
| Subject (*) | Management Models: Writing Organization, Marketing and Audience Analysis | Code | 616531005 | |
| Study programme | Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual | | | |
| Descriptors | | | | |
| Cycle | Period | Year | Type | Credits |
| Official Master's Degree | 1st four-month period | First | Optional | 3 |
| Language | Spanish | | | |
| Teaching method | Face-to-face | | | |
| Prerequisites | | | | |
| Department | Departamento profesorado máster Humanidades Socioloxía e Ciencias da Comunicación | | | |
| Coordinador | Arrojo Baliña, María José | E-mail | maria.jose.arrojo@udc.es | |
| Lecturers | Arrojo Baliña, María José | E-mail | maria.jose.arrojo@udc.es | |
| Web | | | | |
| General description | Análise dos distintos modelos de xestión xornalística; márketing específico para a contorna informativa; análise de audiencias (Analítica web, big data, SEO, Social Paid Media). | | | |
| Contingency plan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Modifications to the contents 2. Methodologies <ul style="list-style-type: none"> *Teaching methodologies that are maintained *Teaching methodologies that are modified 3. Mechanisms for personalized attention to students 4. Modifications in the evaluation <ul style="list-style-type: none"> *Evaluation observations: 5. Modifications to the bibliography or webgraphy | | | |

| Study programme competences / results | |
|---------------------------------------|--|
| Code | Study programme competences / results |
| 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 |

| Learning outcomes |
|-------------------|
|-------------------|



| Learning outcomes | Study programme competences / results | | |
|--|---------------------------------------|-----|-----|
| Análise dos distintos modelos de xestión xornalística. | AJ2 AJ3 AJ6 AJ13 AJ15 | | |
| Márketing específico para a contorna informativa. | AJ14 AJ16 | BJ7 | |
| Análise de audiencias (Analítica web, big data, SEO, Social Paid Media). | AJ9 | BJ7 | CJ2 |

| Contents | |
|------------------------|--|
| Topic | Sub-topic |
| -Modelo de xestión. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Xornalismo na internet: <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Evolución histórica dos medios dixitais 1.2 Modelos actuais de medios dixitais 1.3 Tendencias de futuro 2. Redacción xornalística na internet: <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Fundamentos 2.2 Noticias hipertextuais 2.3 Redacción SEO 3. Xornalismo de datos: <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Fundamentos 3.2 Fontes 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: <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Desenvolvemento de produto 4.2 Distribución 4.3 Internalización 4.4 Data |
| -Márketing específico. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Google News: <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Que é 1.2. Factores xerais de posicionamento 2. AMP: <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Superficies / formatos específicos para Google 3. Factores principais de posicionamiento: <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Orixinalidade 3.2 Interés 3.3 Frescura 4. Optimización de posicionamento: <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Titular para Google 4.2. A importancia da imaxe 4.3 Texto do artigo 5. Ferramentas de apoio: <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Google Trends 6. Google Discover: O "agregador" de Google |



| | |
|-------------------------|--|
| -Análise de audiencias. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Google Analytics 2. Estratexias de negocio en medios dixitais 3. Escribir para Google 4. Factores de posicionamento 5. Optimizar o contido 6. Keywords |
|-------------------------|--|

| Planning | | | | |
|------------------------|------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|-------------|
| Methodologies / tests | Competencies / Results | Teaching hours (in-person & virtual) | Student?s personal work hours | Total hours |
| Supervised projects | A14 A16 B7 | 4 | 20 | 24 |
| Case study | A9 A13 A15 C2 | 3 | 18 | 21 |
| Laboratory practice | A2 A3 | 2 | 14 | 16 |
| Seminar | A2 A3 A6 A9 A13 C2 | 12 | 2 | 14 |
| Personalized attention | | 0 | | 0 |

(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

| Methodologies | |
|---------------------|---|
| Methodologies | Description |
| Supervised projects | <p>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.</p> <p>Segunda parte: Diseñar un panel de control que permita avaliar se a estratexia de cobranza por contidos está a dar resultado.</p> |
| Case study | 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. |
| Laboratory practice | <ul style="list-style-type: none"> - 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. |
| Seminar | Clases presenciais con profesionais de recoñecido prestixio nas que trasladan aos alumnos os contidos nucleares da materia. |

| Personalized attention | |
|--|---|
| Methodologies | Description |
| Case study Supervised projects Laboratory practice | 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. |

| Assessment | | | |
|---------------|------------------------|-------------|---------------|
| Methodologies | Competencies / Results | Description | Qualification |
| | | | |



| | | | |
|---------------------|------------|---|----|
| Supervised projects | A14 A16 B7 | En relación cos traballos tutelados valorarase: - 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 |
| Laboratory practice | A2 A3 | En relación coas prácticas de laboratorio valorarase: - 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 |

Assessment comments

Sources of information

| | |
|---------------|---|
| Basic | <ul style="list-style-type: none">- (). 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.htmlSalaverría, R. (2016). ?España?. En: Salaverría, Ramón (coord.). Ciberperiodismo en Iberoamérica. Madrid: Fundación Telefónica y Editorial Ariel, pp. 169-209. Disponible en: https://www.academia.edu/22420797/Ciberperiodismo_en_Iberoam%C3%A9rica_Espa%C3%B1a Salaverría, R. (2014). Redacción en internet: libro de apuntes para Ciberperiodismo. [Apuntes inéditos; no disponibles en la red, se envían como documento adjunto]. |
| Complementary | |

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus

Other comments

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.