



## Guía Docente

Datos Identificativos					2021/22
<b>Asignatura (*)</b>	Modelos de Xestión: Organización de Redaccións, Márketing e Análise de Audiencias			<b>Código</b>	616531005
<b>Titulación</b>					
Descritores					
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos	
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Optativa	3	
<b>Idioma</b>	Castelán				
<b>Modalidade docente</b>	Presencial				
<b>Prerrequisitos</b>					
<b>Departamento</b>	Departamento profesorado máster Humanidades Socioloxía e Ciencias da Comunicación				
<b>Coordinación</b>	Arrojo Baliña, María José	<b>Correo electrónico</b>	maria.jose.arrojo@udc.es		
<b>Profesorado</b>	Arrojo Baliña, María José	<b>Correo electrónico</b>	maria.jose.arrojo@udc.es		
<b>Web</b>					
<b>Descrición xeral</b>	Análise dos distintos modelos de xestión xornalística; márketing específico para a contorna informativa; análise de audiencias (Analítica web, big data, SEO, Social Paid Media).				



<b>Plan de continxencia</b>	<p>1. Modificacións nos contidos</p> <p>Non se realizarán cambios</p> <p>2. Metodoloxías</p> <p>Metodoloxías docentes que se manteñen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Traballos tutelados (con atención personalizada, computa na avaliación)</li> <li>- Seminarios profesionais</li> <li>- Prácticas de laboratorio (poden facerse online, con atención personalizada, computa na avaliación)</li> </ul> <p>Metodoloxías docentes que se modifican</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Correo electrónico: Diariamente. De uso para facer consultas, solicitar encontros virtuales para resolver dúbidas e facer o seguimento dos traballos tutelados.</li> <li>- Google Docs: para compartir materiais dos profesores e profesionais que imparten docencia.</li> <li>- Teams: esta plataforma utilizarase para as clases maxistras, os seminarios con profesionais, segundo o horario establecido, e para o seguimento e apoio na realización dos traballos tutelados e prácticas en laboratorio. Esta dinámica permite facer un seguimento normalizado e axustado ás necesidades da aprendizaxe do alumnado para desenvolver o traballo da materia. A través de Teams os alumnos tamén poden trasladar consultas.</li> </ul> <p>4. Modificacións na avaliación</p> <p>Observacións de avaliación:</p> <p>Mantéñense as mesmas que figuran na guía docente, agás que:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- As referencias ao cómputo da asistencia, que só se realizará respecto das sesións que houbo presenciais ata o momento no que se suspendeu a actividade presencial.</li> </ul> <p>REQUISITOS PARA SUPERAR A MATERIA:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Asistir e participar regularmente nas actividades da clase.</li> <li>2. Obter unha puntuación do 50% do peso de cada unha das partes obxecto de avaliación</li> <li>3. Entregar e expoñer os traballos tutelados na data que se indique.</li> <li>4. A oportunidade de xullo estará sometida aos mesmos criterios ca de xuño.</li> </ol> <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Non se realizarán cambios</li> </ul>
-----------------------------	---

Competencias / Resultados do título	
<b>Código</b>	<b>Competencias / Resultados do título</b>

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.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Xornalismo na internet:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 Evolución histórica dos medios dixitais</li> <li>1.2 Modelos actuais de medios dixitais</li> <li>1.3 Tendencias de futuro</li> </ol> </li> <li>2. Redacción xornalística na internet:               <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Fundamentos</li> <li>2.2 Noticias hipertextuais</li> <li>2.3 Redacción SEO</li> </ol> </li> <li>3. Xornalismo de datos:               <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 Fundamentos</li> <li>3.2 Fontes documentais e procuras avanzadas</li> <li>3.3 Introducción a Tableau</li> <li>3.4 Técnicas de obtención de datos (scraping)</li> <li>3.5 Análises e visualización de datos con Tableau</li> <li>3.6 Formatos xornalísticos multimedia</li> </ol> </li> <li>4. Claves da transformación dixital:               <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1 Desenvolvemento de produto</li> <li>4.2 Distribución</li> <li>4.3 Internalización</li> <li>4.4 Data</li> </ol> </li> </ol>
-Márketing específico.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Google News:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 Que é</li> <li>1.2. Factores xerais de posicionamento</li> </ol> </li> <li>2. AMP:               <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Superficies / formatos específicos para Google</li> </ol> </li> <li>3. Factores principais de posicionamiento:               <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 Orixinalidade</li> <li>3.2 Interés</li> <li>3.3 Frescura</li> </ol> </li> <li>4. Optimización de posicionamento:               <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Titular para Google</li> <li>4.2. A importancia da imaxe</li> <li>4.3 Texto do artigo</li> </ol> </li> <li>5. Ferramentas de apoio:               <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1. Google Trends</li> </ol> </li> <li>6. Google Discover: O "agregador" de Google</li> </ol>
-Análise de audiencias.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Google Analytics</li> <li>2. Estratexias de negocio en medios dixitais</li> <li>3. Escribir para Google</li> <li>4. Factores de posicionamento</li> <li>5. Optimizar o contido</li> <li>6. Keywords</li> </ol>

## Planificación



Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Traballos tutelados	A14 A16 B7	4	20	24
Estudo 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

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

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	<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: Deseñar un panel de control que permita avaliar se a estratexia de cobranza por contidos está a dar resultado.</p>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exercicio práctico de xornalismo de datos co programa Tableau.</li> <li>- Exercicio de deseño da presenza orgánica dunha empresa en redes sociais e estratexia de Paid Media da mesma en RRSS.</li> </ul>
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	<p>En relación cos traballos tutelados valorarase:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A adecuación metodolóxica das propostas de traballo.</li> <li>- A profundidade do contido.</li> <li>- O dominio das aplicacións utilizadas na elaboración das propostas socioeducativas.</li> <li>- O tratamento dunha linguaxe propia do contexto disciplinar.</li> <li>- A utilización de fontes documentais complementarias e actuais.</li> <li>- A presentación e a claridade da exposición.</li> </ul>	50
Prácticas de laboratorio	A2 A3	<p>En relación coas prácticas de laboratorio valorarase:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- O manexo das ferramentas informáticas explicadas en clase.</li> <li>- O tratamento dunha linguaxe propia do contexto disciplinar.</li> <li>- A adecuación metodolóxica das propostas de traballo.</li> <li>- A profundidade do contido.</li> </ul>	50



## Observacións avaliación

## Fontes de información

<b>Bibliografía básica</b>	<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 cibermedios 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 . <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: <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>
<b>Bibliografía complementaria</b>	

## 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