



Guía Docente				
Datos Identificativos				2022/23
Asignatura (*)	Modelos de Xestión: Organización de Redaccións, Márketing e Análise de Audiencias		Código	616531005
Titulación	Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuadrimestre	Primeiro	Optativa	3
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Ciencias da Computación e Tecnoloxías da Información Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Arrojo Baliña, María José	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es	
Profesorado	Arrojo Baliña, María José Rodríguez Fernández, Nereida	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es nereida.rodriguez@udc.es	
Web	www.mpxa.net			
Descrición xeral	<p>Análise dos distintos modelos de xestión xornalística; márketing específico para a contorna informativa; análise de audiencias (Analítica web, big data, SEO, Social Paid Media).</p> <p>Na memoria de máster verificada polo Ministerio aplicouse unha media de 14 horas presenciais por crédito ECTS. Non obstante, o máster tivo que adaptarse á normativa da UDC que establece que as horas presenciais e non presenciais distribuiranse do seguinte xeito: 1 crédito ECTS implica 7 horas de clase presencial e 18 horas de traballo autónomo do estudante, e que a presencialidade non poderá superar o 40% do total da dedicación do estudante.</p>			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título
A2	CE2. Conocer la gestión y administración de empresas periodísticas
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 da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe		Competencias / Resultados do título	
Análise dos distintos modelos de xestión xornalística.		AP2	
		AP6	
		AP13	
		AP15	
Márketing específico para a contorna informativa.		AP14	BP7
		AP16	
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">1. Xornalismo na internet:<ol style="list-style-type: none">1.1 Evolución histórica dos medios dixitais1.2 Modelos actuais de medios dixitais1.3 Tendencias de futuro2. Redacción xornalística na internet:<ol style="list-style-type: none">2.1 Fundamentos2.2 Noticias hipertextuales2.3 Redacción SEO3. Xornalismo de datos:<ol style="list-style-type: none">3.1 Fundamentos3.2 Fontes documentais e procuras avanzadas3.3 Introducción a Tableau3.4 Técnicas de obtención de datos (scraping)3.5 Análise e visualización de datos con Tableau3.6 Formatos xornalísticos multimedia4. Claves da transformación dixital:<ol style="list-style-type: none">4.1 Desenvolvemento de produto4.2 Distribución4.3 Internalización4.4 Data
-Márketing específico.	<ol style="list-style-type: none">1. Google News:<ol style="list-style-type: none">1.1 Que é1.2. Factores xerais de posicionamento2. AMP:<ol style="list-style-type: none">2.1. Superficies / formatos específicos para Google3. Factores principais de posicionamiento:<ol style="list-style-type: none">3.1 Orixinalidade3.2 Interés3.3 Frescura4. Optimización de posicionamento:<ol style="list-style-type: none">4.1. Titular para Google4.2. A importancia da imaxe4.3 Texto do artigo5. Ferramentas de apoio:<ol style="list-style-type: none">5.1. Google Trends6. Google Discover: O "agregador" de Google
-Análise de audiencias.	<ol style="list-style-type: none">1. Google Analytics2. Estratexias de negocio en medios dixitais3. Escribir para Google4. Factores de posicionamento5. Optimizar o contido6. Keywords

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Obradoiro	A2	53	0	53



Seminario	A14 A15 A16 B7	11	0	11
Sesión maxistral	A2 A6 A9 A13 C2	10	0	10
Atención personalizada		1	0	1

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

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Obradoiro	Corresponde ao que na memoria verificada denomínase Taller/laboratorio. Realizaranse os seguintes exercicios: - 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	Correspóndese co que na memoria de verificación se denomina Masterclass. Trátase de sesións dirixidas por profesionais relevantes do sector
Sesión maxistral	Clases presenciais con profesionais de recoñecido prestixio nas que trasladan aos alumnos os contidos nucleares da materia.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral Seminario Obradoiro	A atención personalizada que se describe para estas metodoloxías denominadas "Titorías" na memoria de verificación do título, 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
Sesión maxistral	A2 A6 A9 A13 C2	A Sesión Maxistral inclúe a ?INTERVENCIÓN DO ALUMNO NA AULA? como método de avaliación que queda reflectido na memoria de verificación do título.	20
Obradoiro	A2	Inclúese dentro do Obradoiro o método de avaliación de "TRABALLOS PRÁCTICOS" reflectido na memoria de verificación do título. O traballo consiste en: - Elaboración dun 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.	80

Observacións avaliación

Fontes de información



Bibliografía básica	<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%B1aSalaverría, R. (2014). Redacción en internet: libro de apuntes para Ciberperiodismo. [Apuntes inéditos; no disponibles en la red, se envían como documento adjunto].
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