



Guía docente

| Datos Identificativos | | | | | 2023/24 |
|----------------------------|--|--------------|---------------------------|--|---------|
| 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 | Ciencias da Computación e Tecnoloxías da Información Socioloxía e Ciencias da Comunicación | | | | |
| Coordinador/a | 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 | | | | |
| Descripción general | Análisis de los distintos modelos de gestión periodística; márketing específico para el entorno informativo; análisis de audiencias (Analítica web, big data, SEO, Social Paid Media). | | | | |

Competencias / Resultados del título

| Código | Competencias / Resultados del 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 de aprendizaje

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

Contenidos

| Tema | Subtema |
|------|---------|
| | |



-Modelo de gestión.

1. Periodismo en internet:

1.1 Evolución histórica de los medios digitales

1.2 Modelos actuales de medios digitales

1.3 Tendencias de futuro

2. Redacción periodística en internet:

2.1 Fundamentos

2.2 Noticias hipertextuales

2.3 Redacción SEO

3. Periodismo de datos:

3.1 Fundamentos

3.2 Fuentes documentales y búsquedas avanzadas

3.3 Introducción a Tableau

3.4 Técnicas de obtención de datos (scraping)

3.5 Análisis y visualización de datos con Tableau

3.6 Formatos periodísticos multimedia

4. Claves de la transformación digital:

4.1 Desarrollo de producto

4.2 Distribución

4.3 Internalización

4.4 Data



-Márketing específico.

1. Google News:

1.1. Qué es

1.2. Factores generales de posicionamiento

2. AMP: Superficies / formatos específicos para Google

3. Factores principales de posicionamiento

3.1 Originalidad

3.2 Interés

3.3 Frescura

4. Optimización de posicionamiento:

4.1. Titular para Google

4.2. La importancia de la imagen

4.3. Texto del artículo

5. Herramientas de apoyo:

5.1. Google Trends

6. Google Discover: El "agregador" de Google



| | |
|--------------------------|--|
| -Análisis de audiencias. | <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es la analítica digital? 2. ¿Para qué necesito la analítica digital? 3. ¿Qué se requiere para realizar analítica digital? 4. Procesos de la analítica digital 5. Estrategia de medición 6. Plan de medición <ol style="list-style-type: none"> 6.1 Objetivos micro y macro 6.2 Customer Journey y Funnel 6.3 Ecommerce - Suscripciones en LVG 6.4 Identificación de objetivos y plan de medición 7. Reporting y áreas de negocio 8. Google Analytics <ol style="list-style-type: none"> 8.1 Análisis orientado a tráfico 8.2 Análisis orientado a suscripciones 9. Google Data studio <ol style="list-style-type: none"> 9.1 Conexión de fuentes de datos 9.2 Reporting |
|--------------------------|--|

| Planificación | | | | |
|------------------------|---------------------------|---|------------------------|---------------|
| Metodologías / pruebas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciales y virtuales) | Horas trabajo autónomo | Horas totales |
| Taller | A2 | 53 | 0 | 53 |
| Seminario | A14 A15 A16 B7 | 11 | 0 | 11 |
| Sesión magistral | A2 A6 A9 A13 C2 | 10 | 0 | 10 |
| Atención personalizada | | 1 | 0 | 1 |

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

| Metodologías | |
|--------------|---|
| Metodologías | Descripción |
| Taller | Se corresponde con lo que en la memoria verificada se denomina taller/laboratorio. Se relizarán los siguientes ejercicios: - Ejercicio práctico de periodismo de datos con el programa Tableau. - Ejercicio de diseño de la presencia orgánica de una empresa en redes sociales y estrategia de Paid Media de la misma en RRSS. |
| Seminario | Se corresponde con lo que en la memoria de verificación se denomina Masterclass. Se trata de sesiones conducidas por profesionales relevantes del sector. |



| | |
|------------------|---|
| Sesión magistral | Clases presenciales con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura. |
|------------------|---|

Atención personalizada

| Metodologías | Descripción |
|---|--|
| Sesión magistral Seminario Taller | La atención personalizada descrita para estas metodologías denominadas "Tutorías" en la memoria de verificación del título, se concibe como momentos de trabajo cara a cara con el profesor para la atención y seguimiento del trabajo realizado por cada alumno. Implican la participación obligatoria de los estudiantes. La forma y el momento en que se desarrollará se indicará en relación a cada actividad a lo largo del curso según el plan de trabajo de la materia. |

Evaluación

| Metodologías | Competencias / Resultados | Descripción | Calificación |
|------------------|---------------------------|---|--------------|
| Sesión magistral | A2 A6 A9 A13 C2 | La Sesión Magistral incluye la ?INTERVENCIÓN DEL ALUMNO EN EL AULA? como método de evaluación que se refleja en la memoria de verificación del título. | 20 |
| Taller | A2 | Se incluye dentro de Taller el método de evaluación de "TRABAJOS PRÁCTICOS" reflejado en la memoria de verificación del título: El trabajo consiste en: - Elaboración de un ejercicio práctico de periodismo de datos con el programa Tableau. - Ejercicio de diseño de la presencia orgánica de una empresa en redes sociales y estrategia de Paid Media de la misma en RRSS. | 80 |

Observaciones evaluación

| |
|---|
| La realización fraudulenta de pruebas o actividades de evaluación, una vez comprobada, implicará directamente la calificación de suspenso en la convocatoria en que se cometa: el/la estudiante será calificado con ?suspenso? (nota numérica 0) en la convocatoria correspondiente del curso académico, tanto si la comisión de la falta se produce en la primera oportunidad como en la segunda. Para esto, se procederá a modificar su calificación en el acta de primera oportunidad, si fuese necesario. |
|---|

Fuentes de información

| | |
|-----------------------|---|
| 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.html Salaverría, 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]. |
| 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