



## Guía docente

| Guía docente          |                                                                                     |                    |                          |           |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------|-----------|
| Datos Identificativos |                                                                                     |                    |                          | 2018/19   |
| 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          | HumanidadesSocioloxía e Ciencias da Comunicación                                    |                    |                          |           |
| Coordinador/a         | Arrojo Baliña, María José                                                           | Correo electrónico | maria.jose.arrojo@udc.es |           |
| Profesorado           | Arrojo Baliña, María José                                                           | Correo electrónico | maria.jose.arrojo@udc.es |           |
| Web                   |                                                                                     |                    |                          |           |
| Descripción general   |                                                                                     |                    |                          |           |

## 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.      | <ol style="list-style-type: none"> <li>Periodismo en internet: <ul style="list-style-type: none"> <li>Evolución histórica de los medios digitales</li> <li>Modelos actuales de medios digitales</li> <li>Tendencias de futuro</li> </ul> </li> <li>Redacción periodística en internet: <ul style="list-style-type: none"> <li>Fundamentos</li> <li>Noticias hipertextuales</li> <li>Redacción SEO</li> </ul> </li> <li>Periodismo de datos: <ul style="list-style-type: none"> <li>Fundamentos</li> <li>Fuentes documentales y búsquedas avanzadas</li> <li>Introducción a Tableau</li> <li>Técnicas de obtención de datos (scraping)</li> <li>Análisis y visualización de datos con Tableau</li> <li>Formatos periodísticos multimedia</li> </ul> </li> <li>Claves de la transformación digital: <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo de producto</li> <li>Distribución</li> <li>Internalización</li> <li>Data</li> </ul> </li> </ol> |
| -Márketing específico.   | <ol style="list-style-type: none"> <li>Presencia orgánica en RRSS: <ul style="list-style-type: none"> <li>Contexto digital</li> <li>Estrategia</li> <li>Identidad de marca</li> <li>Contenidos</li> <li>Métricas orgánicas</li> </ul> </li> <li>Presencia de pago en RRSS: <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Por qué estar en social media?</li> <li>¿Es mi presencia gratuita?</li> <li>Conceptos Clave de publicidad en Redes Sociales.</li> <li>Formatos Sociales</li> <li>Segmentaciones sociales</li> <li>Customer Journey</li> <li>Medición y optimización</li> </ul> </li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| -Análisis de audiencias. | <ul style="list-style-type: none"> <li>Google Analytics</li> <li>Estrategias de negocio en medios digitales</li> <li>Escribir para Google</li> <li>Factores de posicionamiento</li> <li>Optimizar el contenido</li> <li>Keywords</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

| Planificación            |                    |                    |                                          |               |
|--------------------------|--------------------|--------------------|------------------------------------------|---------------|
| Metodologías / pruebas   | Competencias       | Horas presenciales | Horas no presenciales / trabajo autónomo | Horas totales |
| Trabajos tutelados       | A14 A16 B7         | 5                  | 30                                       | 35            |
| Estudio de casos         | A9 A13 A15 C2      | 4                  | 12                                       | 16            |
| Prácticas de laboratorio | A2 A3              | 2                  | 10                                       | 12            |
| Seminario                | A2 A3 A6 A9 A13 C2 | 10                 | 2                                        | 12            |
| 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       | 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.<br><br>Segunda parte: Diseñar un panel de control que permita evaluar si la estrategia de cobro por contenidos está dando resultado. |
| Estudio de casos         | Análisis con ejemplos reales de empresas del sector de mediciones y análisis de audiencia y las diferentes acciones de marketing llevadas a cabo por los medios para dar a conocer sus contenidos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Prácticas de laboratorio | - Ejercicio práctico de periodismo de datos con el programa Tableau.<br>- Ejercicio de diseño de la presencia orgánica de una empresa en redes sociales y estrategia de Paid Media de la misma en RRSS.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 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 | La atención personalizada que se describe para estas metodologías se concibe como momentos de trabajo presencial con el profesor para la atención y seguimiento del trabajo realizado por cada alumno. Implican una participación obligatoria para el alumnado. La forma y el momento en que se desenvolverá se indicará en relación a cada actividad a lo largo del curso según el plan de trabajo de la materia. |

| Evaluación               |              |                                                                                                                                                                                                                                                                |              |
|--------------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Metodologías             | Competencias | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                    | Calificación |
| Trabajos tutelados       | A14 A16 B7   | Uso de herramientas como Google Analytics.<br><br>Ejercicios prácticas como búsqueda de marcas en RRSS, desarrollo de una estrategia de Paid Media en RRSS, búsqueda del píxel en diferentes páginas web y planificación una campaña publicitaria en Facebook. | 40           |
| Prácticas de laboratorio | A2 A3        | Demostración de los conocimientos adquiridos sobre las herramientas básicas del programa de gestión de datos Tableau.                                                                                                                                          | 60           |

| 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 . <a href="http://interactivos.lanacion.com.ar/manual-data/index.html">http://interactivos.lanacion.com.ar/manual-data/index.html</a></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