



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|---|--------------------|--------------------------|-----------|
| Datos Identificativos | | | | 2018/19 |
| 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 | Humanidades Socioloxía e Ciencias da Comunicación | | | |
| Coordinación | Arrojo Baliña, María José | Correo electrónico | maria.jose.arrojo@udc.es | |
| Profesorado | Arrojo Baliña, María José | Correo electrónico | maria.jose.arrojo@udc.es | |
| Web | | | | |
| Descrición xeral | | | | |
| Plan de continxencia | | | | |

| Competencias do título | |
|------------------------|--|
| Código | Competencias do 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 da aprendizaxe | | | |
|---|--|------------------------|---------|
| Resultados de aprendizaxe | | Competencias do título | |
| Análisis de los distintos modelos de gestión periodística. | | AP2 | |
| | | AP3 | |
| | | 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 |

| Contidos | |
|----------|----------|
| Temas | Subtemas |
| | |



| | |
|--------------------------|--|
| -Modelo de gestión. | <p>1. Periodismo en internet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evolución histórica de los medios digitales - Modelos actuales de medios digitales - Tendencias de futuro <p>2. Redacción periodística en internet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fundamentos - Noticias hipertextuales - Redacción SEO <p>3. Periodismo de datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fundamentos - Fuentes documentales y búsquedas avanzadas - Introducción a Tableau - Técnicas de obtención de datos (scraping) - Análisis y visualización de datos con Tableau - Formatos periodísticos multimedia <p>4. Claves de la transformación digital:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de producto - Distribución - Internalización - Data |
| -Márketing específico. | <p>1. Presencia orgánica en RRSS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contexto digital - Estrategia - Identidad de marca - Contenidos - Métricas orgánicas <p>2. Presencia de pago en RRSS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Por qué estar en social media? - ¿Es mi presencia gratuita? - Conceptos Clave de publicidad en Redes Sociales. - Formatos Sociales - Segmentaciones sociales - Customer Journey - Medición y optimización |
| -Análisis de audiencias. | <ul style="list-style-type: none"> - Google Analytics - Estrategias de negocio en medios digitales - Escribir para Google - Factores de posicionamiento - Optimizar el contenido - Keywords |

| Planificación | | | | |
|--------------------------|--------------------|-------------------|---|--------------|
| Metodologías / probas | Competencias | Horas presenciais | Horas non presenciais / traballo autónomo | Horas totais |
| Traballos tutelados | A14 A16 B7 | 5 | 30 | 35 |
| Estudo 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 |



*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 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.</p> <p>Segunda parte: Diseñar un panel de control que permita evaluar si la estrategia de cobro por contenidos está dando resultado.</p> |
| Estudo de casos | Análisis con exemplos reais de empresas del sector de mediciones y análisis de audiencia y las diferentes acciones de márketing llevadas a cabo por los medios para dar a conocer sus contenidos. |
| Prácticas de laboratorio | <ul style="list-style-type: none"> - 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 | Clases presenciales con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura. |

| Atención personalizada | |
|--|--|
| Metodoloxías | Descrición |
| Estudo de casos Traballos tutelados 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. |

| Avaliación | | | |
|--------------------------|--------------|---|---------------|
| Metodoloxías | Competencias | Descrición | Cualificación |
| Traballos tutelados | A14 A16 B7 | <p>Uso de herramientas como Google Analytics.</p> <p>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.</p> | 40 |
| Prácticas de laboratorio | A2 A3 | Demostración de los conocimientos adquiridos sobre las herramientas básicas del programa de gestión de datos Tableau. | 60 |

| 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.html |
| 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