



## Teaching Guide

| Teaching Guide           |                                                                          |        |                          |           |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------|--------|--------------------------|-----------|
| Identifying Data         |                                                                          |        |                          | 2018/19   |
| Subject (*)              | Management Models: Writing Organization, Marketing and Audience Analysis |        | Code                     | 616531005 |
| Study programme          | Máster Universitario en Producción Xornalística e Audiovisual            |        |                          |           |
| Descriptors              |                                                                          |        |                          |           |
| Cycle                    | Period                                                                   | Year   | Type                     | Credits   |
| Official Master's Degree | 1st four-month period                                                    | First  | Optional                 | 3         |
| Language                 | Spanish                                                                  |        |                          |           |
| Teaching method          | Face-to-face                                                             |        |                          |           |
| Prerequisites            |                                                                          |        |                          |           |
| Department               | HumanidadesSocioloxía e Ciencias da Comunicación                         |        |                          |           |
| Coordinador              | Arrojo Baliña, María José                                                | E-mail | maria.jose.arrojo@udc.es |           |
| Lecturers                | Arrojo Baliña, María José                                                | E-mail | maria.jose.arrojo@udc.es |           |
| Web                      |                                                                          |        |                          |           |
| General description      |                                                                          |        |                          |           |

## Study programme competences

| Code | Study programme competences                                                                                                                                                                      |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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                                         |

## Learning outcomes

| Learning outcomes                                                         | Study programme competences       |     |     |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-----|-----|
| Análisis de los distintos modelos de gestión periodística.                | AJ2<br>AJ3<br>AJ6<br>AJ13<br>AJ15 |     |     |
| Márketing específico para el entorno informativo.                         | AJ14<br>AJ16                      | BJ7 |     |
| Análisis de audiencias (Analítica web, big data, SEO, Social Paid Media). | AJ9                               | BJ7 | CJ2 |

## Contents

| Topic | Sub-topic |
|-------|-----------|
|-------|-----------|



|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| -Modelo de gestión.      | <p>1. Periodismo en internet:</p> <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> <p>2. Redacción periodística en internet:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fundamentos</li> <li>- Noticias hipertextuales</li> <li>- Redacción SEO</li> </ul> <p>3. Periodismo de datos:</p> <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> <p>4. Claves de la transformación digital:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo de producto</li> <li>- Distribución</li> <li>- Internalización</li> <li>- Data</li> </ul> |
| -Márketing específico.   | <p>1. Presencia orgánica en RRSS:</p> <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> <p>2. Presencia de pago en RRSS:</p> <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>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| -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>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

| Planning                                                                                                                        |                    |                      |                               |             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------------------|-------------------------------|-------------|
| Methodologies / tests                                                                                                           | Competencies       | Ordinary class hours | Student's personal work hours | Total hours |
| Supervised projects                                                                                                             | A14 A16 B7         | 5                    | 30                            | 35          |
| Case study                                                                                                                      | A9 A13 A15 C2      | 4                    | 12                            | 16          |
| Laboratory practice                                                                                                             | A2 A3              | 2                    | 10                            | 12          |
| Seminar                                                                                                                         | A2 A3 A6 A9 A13 C2 | 10                   | 2                             | 12          |
| Personalized attention                                                                                                          |                    | 0                    |                               | 0           |
| (*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students. |                    |                      |                               |             |



## Methodologies

| Methodologies       | Description                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Supervised projects | <p>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 siguientes 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> |
| Case study          | 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.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Laboratory practice | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ejercicio práctico de periodismo de datos con el programa Tableau.</li> <li>- Ejercicio de diseño de la presencia orgánica de una empresa en redes sociales y estrategia de Paid Media de la misma en RRSS.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Seminar             | Clases presenciales con profesionales de reconocido prestigio en las que trasladan a los alumnos los contenidos nucleares de la asignatura.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

## Personalized attention

| Methodologies       | Description                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Case study          | 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. |
| Supervised projects |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Laboratory practice |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

## Assessment

| Methodologies       | Competencies | Description                                                                                                                                                                                                                                                           | Qualification |
|---------------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Supervised projects | A14 A16 B7   | <p>Uso de herramientas como Google Analytics.</p> <p>Ejercicios prácticos 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            |
| Laboratory practice | A2 A3        | Demostración de los conocimientos adquiridos sobre las herramientas básicas del programa de gestión de datos Tableau.                                                                                                                                                 | 60            |

## Assessment comments

|  |
|--|
|  |
|--|

## Sources of information

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Basic         | <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> |
| Complementary |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

## Recommendations

|                                                          |
|----------------------------------------------------------|
| Subjects that it is recommended to have taken before     |
| Subjects that are recommended to be taken simultaneously |



|                                     |
|-------------------------------------|
|                                     |
| Subjects that continue the syllabus |
|                                     |
| Other comments                      |
|                                     |

(\*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.