



Teaching Guide				
Identifying Data			2020/21	
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	Departamento profesorado másterHumanidadesSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	Arrojo Baliña, María José	E-mail	maria.jose.arrojo@udc.es	
Lecturers	Arrojo Baliña, María José Calzada Martínez, Beatriz Prego García, Iván Ramírez García, Noemí Salaverría Aliaga, Ramón	E-mail	maria.jose.arrojo@udc.es	
Web				
General description	Análise dos distintos modelos de xestión xornalística; márketing específico para a contorna informativa; análise de audiencias (Analítica web, big data, SEO, Social Paid Media).			
Contingency plan	1. Modifications to the contents 2. Methodologies *Teaching methodologies that are maintained *Teaching methodologies that are modified 3. Mechanisms for personalized attention to students 4. Modifications in the evaluation *Evaluation observations: 5. Modifications to the bibliography or webgraphy			

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	
Análise dos distintos modelos de xestión xornalística.		AJ2 AJ3 AJ6 AJ13 AJ15	
Márketing específico para a contorna informativa.		AJ14 AJ16	BJ7
Análise de audiencias (Análítica web, big data, SEO, Social Paid Media).		AJ9	BJ7 CJ2

Contents	
Topic	Sub-topic
-Modelo de xestión.	1. Xornalismo na internet: 1.1 Evolución histórica dos medios dixitais 1.2 Modelos actuais de medios dixitais 1.3 Tendencias de futuro 2. Redacción xornalística na internet: 2.1 Fundamentos 2.2 Noticias hipertextuales 2.3 Redacción SEO 3. Xornalismo de datos: 3.1 Fundamentos 3.2 Fuentes documentais e procuras avanzadas 3.3 Introducción a Tableau 3.4 Técnicas de obtención de datos (scraping) 3.5 Análises e visualización de datos con Tableau 3.6 Formatos xornalísticos multimedia 4. Claves da transformación dixital: 4.1 Desenvolvemento de produto 4.2 Distribución 4.3 Internalización 4.4 Data



-Márketing específico.	1. Google News: 1.1 Que é 1.2. Factores xerais de posicionamento 2. AMP: 2.1. Superficies / formatos específicos para Google 3. Factores principais de posicionamiento: 3.1 Orixinalidade 3.2 Interés 3.3 Frescura 4. Optimización de posicionamento: 4.1. Titular para Google 4.2. A importancia da imaxe 4.3 Texto do artículo 5. Ferramentas de apoio: 5.1. Google Trends 6. Google Discover: O "agregador" de Google
-Análise de audiencias.	1. Google Analytics 2. Estratexias de negocio en medios dixitais 3. Escribir para Google 4. Factores de posicionamento 5. Optimizar o contido 6. Keywords

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student's personal work hours	Total hours
Supervised projects	A14 A16 B7	4	20	24
Case study	A9 A13 A15 C2	3	18	21
Laboratory practice	A2 A3	2	14	16
Seminar	A2 A3 A6 A9 A13 C2	12	2	14
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	Primeira parte: Definir un modelo de cobranza por contidos para La Voz de Galicia e fixar unha serie de indicadores (KPI? s) que permitan monitorar a consecución dos obxectivos e unha meta (obxectivo) para cada indicador. Así mesmo, establecer unha acción/estratexia editorial orientada a mellorar os resultados da indicadores clave en calquera dos seguinte pasos do itinerario dun usuario: captación, conversión ou retención. Segunda parte: Deseñar un panel de control que permita avaliar se a estratexia de cobranza por contidos está a dar resultado.
Case study	Análise con exemplos reais de empresas do sector de medicións e análises de audiencia e as diferentes accións de márketing levadas a cabo polos medios para dar a coñecer os seus contidos.
Laboratory practice	- 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.
Seminar	Clases presenciais con profesionais de recoñecido prestixio nas que trasladan aos alumnos os contidos nucleares da materia.

Personalized attention	
Methodologies	Description



Case study Supervised projects Laboratory practice	A atención personalizada que se describe para estas metodoloxías 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.
--	---

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Supervised projects	A14 A16 B7	En relación cos traballos tutelados valorárase: - A adecuación metodolóxica das propostas de traballo. - A profundidade do contido. - O dominio das aplicacións utilizadas na elaboración das propostas socioeducativas. - O tratamento dunha linguaxe propia do contexto disciplinar. - A utilización de fontes documentais complementarias e actuais. - A presentación e a claridade da exposición.	50
Laboratory practice	A2 A3	En relación coas prácticas de laboratorio valorárase: - O manexo das ferramentas informáticas explicadas en clase. - O tratamento dunha linguaxe propia do contexto disciplinar. - A adecuación metodolóxica das propostas de traballo. - A profundidade do contido.	50

Assessment comments

Sources of information	
Basic	- (). 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 cibermedios 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].
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.