



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2022/23
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	Ciencias da Computación e Tecnoloxías da InformaciónSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	Arrojo Baliña, María José	E-mail	maria.jose.arrojo@udc.es	
Lecturers	Arrojo Baliña, María José Rodríguez Fernández, Nereida	E-mail	maria.jose.arrojo@udc.es nereida.rodriguez@udc.es	
Web	www.mpxa.net			
General description	Análise dos distintos modelos de xestión xornalística; márketing específico para a contorna informativa; análise de audiencias (Análítica web, big data, SEO, Social Paid Media). Na memoria de máster verificada polo Ministerio aplicouse unha media de 14 horas presenciais por crédito ECTS. Non obstante, o máster tivo que adaptarse á normativa da UDC que establece que as horas presenciais e non presenciais distribuiranse do seguinte xeito: 1 crédito ECTS implica 7 horas de clase presencial e 18 horas de traballo autónomo do estudante, e que a presencialidade non poderá superar o 40% do total da dedicación do estudante.			

Study programme competences

Code	Study programme competences
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

Learning outcomes

Learning outcomes	Study programme competences		
Análise dos distintos modelos de xestión xornalística.	AJ2 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 hipertextuais 2.3 Redacción SEO 3. Xornalismo de datos: 3.1 Fundamentos 3.2 Fontes documentais e procuras avanzadas 3.3 Introducción a Tableau 3.4 Técnicas de obtención de datos (scraping) 3.5 Análise 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 artigo 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
Workshop	A2	53	0	53
Seminar	A14 A15 A16 B7	11	0	11



Guest lecture / keynote speech	A2 A6 A9 A13 C2	10	0	10
Personalized attention		1	0	1
(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.				

Methodologies	
Methodologies	Description
Workshop	Corresponde ao que na memoria verificada denomínase Taller/laboratorio. Realizaranse os seguintes exercicios: - 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	Correspóndese co que na memoria de verificación se denomina Masterclass. Trátase de sesións dirixidas por profesionais relevantes do sector
Guest lecture / keynote speech	Clases presenciais con profesionais de recoñecido prestixio nas que trasladan aos alumnos os contidos nucleares da materia.

Personalized attention	
Methodologies	Description
Guest lecture / keynote speech Seminar Workshop	A atención personalizada que se describe para estas metodoloxías denominadas "Titorías" na memoria de verificación do título, 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
Guest lecture / keynote speech	A2 A6 A9 A13 C2	A Sesión Maxistral inclúe a ?INTERVENCIÓN DO ALUMNO NA AULA? como método de avaliación que queda reflectido na memoria de verificación do título.	20
Workshop	A2	Inclúese dentro do Obradoiro o método de avaliación de "TRABALLOS PRÁCTICOS" reflectido na memoria de verificación do título. O traballo consiste en: - Elaboración dun 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.	80

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 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].
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.