



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais

|                       |  |        |       |              |
|-----------------------|--|--------|-------|--------------|
| Materia               | Análise de métricas e avaliación da eficacia en medios dixitais  |        |       |              |
| Código                | P04M176V01105  |        |       |              |
| Titulación            | Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais   |        |       |              |
| Descritores           | Creditos ECTS  | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                       | 3  | OB     | 1     | 1c           |
| Lingua de impartición | Castelán<br>Galego   |        |       |              |
| Departamento          |  |        |       |              |
| Coordinador/a         | Torres Romay, Emma   |        |       |              |
| Profesorado           | Acuña Portabales, Paula<br>Torres Romay, Emma  |        |       |              |
| Correo-e              | emmatr@uvigo.es  |        |       |              |
| Web                   |  |        |       |              |
| Descrición xeral      | A materia céntrase no proceso de valoración das campañas e accións emprendidas nos medios dixitais en xeral e nas redes sociais en particular. Deste xeito búscase que o alumno ou alumna comprenda a necesaria xeración de resultados á hora de realizar accións deste tipo e, sobre todo, entenda que as mesmas deben estar vinculadas co plan estratéxico da empresa ou institución e, polo tanto, deben centrarse no logro dos obxectivos marcados. Para este fin, iníciase ao estudante no emprego de ferramentas de medición concretas así como no establecemento de métricas adecuadas a cada caso. |        |       |              |

## Competencias

|        |  |
|--------|--|
| Código |  |
| A3     | Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos. |
| B3     | Capacidade para a organización do traballo   |
| C7     | Coñecemento das principais fontes, métricas e ferramentas para medir a eficacia en redes sociais e comunicación dixital.   |
| C8     | Capacidade de interpretación e análise de métricas sociais.  |
| C9     | Capacidade para avaliar a eficacia e retorno das accións en medios dixitais e redes sociais.   |
| D4     | Habilidade para a xestión da marca persoal e a propia reputación dixital.  |

## Resultados de aprendizaxe

|  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| Resultados previstos na materia  | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
| Identificar as principais métricas en redes sociais e webs.  | C7<br>C8                              |
| Relacionar indicadores clave de desempeño cos obxectivos dunha estratexia dixital.                                   | C8<br>C9<br>D4                        |
| Interpretar un cadro de mando de analítica dixital e tomar decisións de contido e estratexia en base aos resultados. | A3<br>B3<br>C9                        |

| <b>Contidos</b>  |  |
|--|--|
| Tema   |  |
| Tema 1. Conceptualización e evolución da analítica dixital e a comunicación              | 1.1. Analítica web: conceptualización, evolución, valoración e situación actual.<br>1.2. Seguemento de blogs. Valoración da indentidade digital.<br>1.3. Analítica para redes sociais.<br>1.4. Os medios dixitais. Audiencia e insercións publicitarias. |
| Tema 2. Definición de métricas de avaliación de eficacia en publicidade dixital. Os KPIs | 2.1. O plan de marketing dixital<br>2.2. Determinación de KPIs nos distintos medios: webs, blogs, redes sociais.   |
| Tema 3. Ferramentas de medición  | 3.1. Manexo de ferramentas de medición actuais.<br>3.2. Elaboración do plan de medición.   |

| <b>Planificación</b>    |               |                    |              |
|-------------------------|---------------|--------------------|--------------|
|                         | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
| Traballo tutelado       | 6             | 24                 | 30           |
| Seminario               | 16            | 18                 | 34           |
| Proxecto                | 0             | 10                 | 10           |
| Observación sistemática | 1             | 0                  | 1            |

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

| <b>Metodoloxía docente</b> |   |
|----------------------------|---|
|                            | Descrición  |
| Traballo tutelado          | Os alumnos/as desenvolverán un proxecto vinculado cos contidos da materia. Para ese fin desenvolveranse seminarios específicos para dirixir o traballo e orientalo.             |
| Seminario                  | Desenvolveranse seminarios nos que se impartirán os contidos teóricos da materia cambiandolos coas correspondentes prácticas que contribúen á mellor comprensión dos conceptos. |

| <b>Atención personalizada</b> |  |
|-------------------------------|--|
| Metodoloxías                  | Descrición   |
| Traballo tutelado             | Realizarase un seguemento individualizado para tutelar os proxectos propostos. |
| Probas                        | Descrición   |
| Proxecto                      | Establecerase un horario de titorías para atender as dúbidas dos estudantes.   |

| <b>Avaliación</b>       |   |               |    |                                       |    |    |  |
|-------------------------|---|---------------|----|---------------------------------------|----|----|--|
|                         | Descrición  | Cualificación |    | Resultados de Formación e Aprendizaxe |    |    |  |
| Traballo tutelado       | Realizaránse probas parciais para tentar incentivar ao alumnado no desenvolvemento final do mesmo.                | 20            | A3 | B3                                    | C7 | D4 |  |
| Proxecto                | Desenvolvemento, paso a paso, dun proxecto de medición da eficacia.   | 70            | A3 | B3                                    | C7 | D4 |  |
| Observación sistemática | Seguemento do desempeño do alumno/a na aula: asistencia, participación, aproveitamento, comportamento e evolución | 10            | A3 | B3                                    | C7 | D4 |  |
|                         |   |               |    |                                       | C8 |    |  |
|                         |   |               |    |                                       | C9 |    |  |

**Outros comentarios sobre a Avaliación**

Para a avaliación da materia é necesario contar cun mínimo de 5 puntos sobre 10 en ambas partes (traballo tutelado e proxecto) e será preciso contar coa totalidade da asistencia ás clases.

Para a avaliación de xullo deben cumprirse os mesmos requisitos.

É necesario entregar e superar todas as actividades e traballos propostos para aprobar a materia.

**Bibliografía. Fontes de información**

**Bibliografía Básica**

ESTRELLA RAMÓN, Antonia y SEGOVIA LÓPEZ, Cristina, **Comunicación integrada de marketing**, 1, ESIC, 2017

SAÍNZ DE VICUÑA ACÍN, Jose María, **El plan de marketing digital en la práctica**, 3, ESIC, 2018

---

MERODIO, Juan, **Estrategia y táctica empresarial en redes sociales**, 1, LID Editorial, 2017

---

MEJÍA LLANO, Juan Carlos, **La guía avanzada del Community Manager**, 2, Anaya Multimedia, 2016

---

ROJA, Pedro y Redondo, María, **Cómo monetizar las redes sociales**, 1, LID Editorial, 2017

---

BLANCHARD, Olivier Jean, **El retorno de la inversión en social media**, 1, Anaya Multimedia, 2018

---

KAUSHIK, Avinash, **Analítica Web 2.0**, 4, Gestión2000, 2017

---

GOROSTIZA, J. y BARAINCA, A., **Google Analytics. Mide y vencerás**, 1, Anaya Multimedia, 2016

---

LÓPEZ CUESTA, Óscar, **Data Management Platform (DMP). Big data aplicado a las campañas online, audiencias y personalización web**, 1, ESIC, 2018

#### **Bibliografía Complementaria**

CAVALLER, Víctor; SÁNCHEZ-AÑO, Silvia; CODINA, Lluís y PEDRAZA, Rafael, **Estrategia y gestión de la comunicación online y offline**, 3, Editorial UOC, 2014

---

SOMALO, Nacho, **Marketing digital que funciona**, 1, LID Editorial, 2017

---

RAMOS, Juanjo, **E-Commerce 2.0**, 1, GdPublishers, 2017

---

SOLIS, A, **SEO. Las claves esenciales**, 3, Anaya Multimedia, 2016

---

SERRANO-COBOS, Jorge, **SEO. Introducción a la disciplina del posicionamiento en buscadores**, 3, Editorial UOC, 2015

---

GONZÁLEZ, Philippe, **Instagram. Mucho más que fotos**, 1, Anaya Multimedia, 2018

---

ARCILA CALDERÓN, Carlos; BARREDO IBÁÑEZ, Daniel y CASTRO, Cosette (coordinadores), **Analítica y visualización de datos en Twitter**, 1, Editorial UOC, 2017

---

OCDE, **Perspectivas de la OCDE sobre la Economía Digital 2017**, 1, OCDE, 2017

#### **Recomendaciones**

##### **Materias que continúan o temario**

Dirección estratégica de comunicación dixital/P04M176V01102

Traballo Fin de Máster/P04M176V01206

##### **Materias que se recomienda cursar simultaneamente**

Estratexia de contidos/P04M176V01103

##### **Materias que se recomienda ter cursado previamente**

Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais/P04M176V01101

#### **Plan de Continxencias**

##### **Descrición**

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===

Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito mais áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===

Non se contemplan modificacións nas metodoloxías docentes coa única salvedade de que os contidos teóricos poderán ser impartidos de xeito non presencial.

Os mecanismos non presenciais de atención ao alumnado (titorías) serán o despacho virtual do campus remoto no horario indicado e o correo electrónico.

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===

Non se contemplan modificacións nos sistemas de avaliación máis aló da posibilidade de que algunha das probas de avaliación teñan que realizarse de xeito non presencial.