

GUIA DOCENTE

Máster Universitario en Información Digital

1. ASIGNATURA

- **Nombre:** Posicionamiento en Buscadores (SEO)
- **Tipo de asignatura:** Obligatoria
- **Trimestre:** 2º Trimestre
- **Créditos:** 7 ECTS
- **Horas de dedicación del estudiante:** 175 horas (dentro del aula)
- **Idioma de docencia:** castellano
- **Coordinador de la asignatura:** Lluís Codina (Dr.)
- **Profesor de la asignatura:** Lluís Codina (Dr.), Cristòfol Rovira (Dr.), Toni González Pacanowski (Dr.) y Rubén Alcaraz (UB)
- **Datos de contacto:** masterinformaciondigital@gmail.com

2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Contenidos

Tema 1: Factores internos

- El SEO en el márketing online
- Estudio inicial de diseño de una campaña SEO
- Selección de palabras clave
- Introducción a Google Search Console
- SEO local y móvil
- Web Performance Optimization (WPO)

Tema 2: Factores externos

- Auditoría SEO
- Introducción al SEO y las redes sociales
- SEO y redes sociales
- Minería de consultas
- Herramientas para mejorar el posicionamiento
- Spam de enlaces
- Obtención de enlaces entrantes

Tema 3: Análisis del SEO

- Selección de palabras clave y auditorías SEO
- Algoritmos Panda, Penguin y Hummingbird
- Informe de seguimiento de una campaña SEO
- Penalización en buscadores

Tema 4: Tipos de SEO

- SEO para dispositivos móviles
- SEO vertical
- SEO y WordPress
- Vídeos y posicionamiento

- SEO y Google Plus
- App Store Optimization

Competencias a adquirir

CE6. Tomar decisiones sobre la mejor manera de alcanzar los objetivos de las empresas e instituciones a través del análisis de los datos proporcionados por herramientas de analítica web, posicionamiento web, marketing online y de estadísticas del comportamiento de los usuarios en Internet.

CE7. Optimizar la presencia en Internet y en las redes sociales de empresas, organizaciones y personas para ayudar a alcanzar los objetivos comerciales o institucionales planteados.

Resultados de aprendizaje

- 6.1. Analizar los datos sobre el uso de los sistemas online para extraer información relevante.
- 6.2. Proponer mejoras en los sistemas de gestión documental a partir de los resultados obtenidos en procesos previos de evaluación.
- 7.2. Diseñar campañas de posicionamiento y de marketing online para la promoción de productos, empresas, personas o marcas comerciales.
- 7.3. Implementar campañas de posicionamiento y de marketing online valorando los resultados para incorporar mejoras de forma permanente.

Metodología docente

La metodología docente está basada en la participación del estudiante en diversas actividades formativas, algunas son individuales y otras en grupo para potenciar el aprendizaje colaborativo.

1. Visualización de vídeos de los profesores (individual)
2. Lectura de las lecciones redactadas específicamente para el máster (individual)
3. Realización de diversos tipos de actividades prácticas sobre el uso, análisis y evaluación de herramientas o servicios disponibles en Internet. (individual)
4. Realización de actividades de auto-evaluación por medio de tests de elección múltiple (individual)
5. Participación en foros de debate (en grupo)
6. Revisión y análisis de los mapas conceptuales (individual)
7. Respuesta en las votaciones (en grupo)
8. Participación en webinars de video conferencia en tiempo real con el profesor (en grupo)

Evaluación

- Comunicación con el profesor: participación en webinarios y consultas al profesor 10%
- Pruebas de evaluación individuales: examen preguntas cortas y análisis y resolución de casos reales: 50%
- Pruebas de evaluación en grupo: foros de debate evaluados y trabajos en grupo: 40%

Actividades formativas

Dentro del aula virtual (77,1%):

- Lectura de contenidos: 40 horas
- Visionado de los vídeos del profesor: 10 horas

- Participación en foros de debate sobre el contenido: 15 horas
- Consultas al profesor y al tutor pedagógico: 10 horas
- Actividades individuales: test de elección múltiple, resolución de preguntas cortas, presentación en vídeo, ensayo, mapa conceptual, análisis de casos reales...: 30 horas
- Actividades en grupo: realización de un mapa conceptual, participación en videoconferencias en tiempo real con el profesor, creación de un repositorio, realización de un blog, elaboración de un documento Wiki, elaboración de una base de datos...: 30 horas

Fuera del aula virtual (22,8%)

- Lecturas complementarias y consulta de bibliografía: 20 horas
- Búsqueda de información: 10 horas
- Preparación adicional para las actividades de evaluación: 10 horas

Información sobre las sesiones

Semana 1: Factores internos

- El SEO en el marketing online
- Estudio inicial de diseño de una campaña SEO
- Selección de palabras clave
- Introducción a Google Search Console
- SEO local y móvil
- Web Performance Optimization (WPO)

Semana 2: Factores externos

- Auditoría SEO
- Introducción al SEO y las redes sociales
- SEO y redes sociales
- Minería de consultas
- Herramientas para mejorar el posicionamiento
- Spam de enlaces
- Obtención de enlaces entrantes

Semana 3: Análisis del SEO

- Selección de palabras clave y auditorías SEO
- Algoritmos Panda, Penguin y Hummingbird
- Informe de seguimiento de una campaña SEO
- Penalización en buscadores

Semana 4: Tipos de SEO

- SEO para dispositivos móviles
- SEO vertical
- SEO y WordPress
- Vídeos y posicionamiento
- SEO y Google Plus
- App Store Optimization

3. PROFESORADO

Currículo resumido del profesorado que imparte la asignatura

Lluís Codina (Dr.)

Profesor del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra. Forma parte del grupo de investigación Documentació Digital i Comunicació Interactiva – DIGIDOC.

Participación en proyectos vivos de investigación con financiación competitiva:

Creación y contenido interactivo en la comunicación de información audiovisual: audiencias, diseño, sistemas y formatos. FREIXA FONT, PERE (IP). CODINA, LLUÍS (CO-IP). CSO2015-64955-C4-2-R. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (MINECO) 2016-2018

Publicaciones recientes:

Propuesta de diseño muestral para el análisis de Twitter en comunicación política. S Percastre-Mendizábal, C Pont-Sorribes, L Codina. El profesional de la información 26 (4), 579-588

A Study of Student and University Teaching Staff Presence on ResearchGate and Academia. edu in Spain. M Iglesias-García, C González-Díaz, L Codina. Media and Metamedia Management, 509-515

Navigation Design and SEO for Content-Intensive Websites: A Guide for an Efficient Digital Communication. M Pérez-Montoro, L Codina. Chandos Publishing

Cristòfol Rovira (Dr.)

Profesor del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra. Forma parte del grupo de investigación Documentació Digital i Comunicació Interactiva – DIGIDOC.

Participación en proyectos vivos de investigación con financiación competitiva:

Creación y contenido interactivo en la comunicación de información audiovisual: audiencias, diseño, sistemas y formatos. FREIXA FONT, PERE (IP). CODINA, LLUÍS (CO-IP). CSO2015-64955-C4-2-R. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (MINECO) 2016-2018

Publicaciones recientes:

Bases teóricas y revisión Bibliográfica del estudio de los mapas conceptuales con el seguimiento de la mirada. C Rovira. El profesional de la información 25 (1), 59-74

Updating controlled vocabularies by analysing query logs. M Vállez, R Pedraza-Jiménez, L Codina, S Blanco, C Rovira. Online Information Review 39 (7), 870-884

A semi-automatic indexing system based on embedded information in HTML documents. M Vállez, R Pedraza-Jiménez, L Codina, S Blanco, C Rovira. Library Hi Tech 33 (2), 195-210

Toni González Pacanowski (Dr.)

Director de Newmedia World, empresa dedicada a los nuevos formatos innovadores como virtualización y soluciones web avanzadas para mejorar la experiencia del usuario mientras mantiene sus proyectos en código abierto, SEO y SEM y contenido.

Publicaciones:

P Medina Aguerrebere, T González Pacanowski (2017). Las estrategias de comunicación corporativa en los hospitales. Austral Comunicación 6 (1), 161-180

TG Pacanowski (2014). Tendencias de las publicaciones informativas científico-médicas en la era 2.0. BID. Textos Universitarios de Biblioteconomía y Documentación.

T Gonzalez-Pacanowski, P Medina-Aguerreberere (2011). Blogs as a new source of health information for patients. EL PROFESIONAL DE LA INFORMACION 20 (6), 652-658

Rubén Alcaraz

Profesor asociado al Departamento de Biblioteconomía, Documentación y Comunicación Audiovisual de la Universidad de Barcelona.

Publicaciones:

RA Martínez, EV Puig (2016). TEI: un estàndard per codificar textos en l'àmbit de les humanitats digitals. BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació.

Alcaraz-Martínez, R. (2016). La descripción del fondo de archivo de un centro universitario de diseño: la experiencia de EINA, Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona.

R Alcaraz Martínez, M Ribera, M Salse, S Moese (2016). La traducción del lector de pantallas gratuito NVDA al catalán y su difusión en el ámbito catalán. Congreso Internacional Universidad y Discapacidad (3º: 2016: Madrid).

4. BIBLIOGRAFIA

Obligatoria

Macià Domene, F, & GOSENDE, J. (2011). Técnicas avanzadas de posicionamiento en buscadores. Anaya Multimedia. España.

Enge, E., Spencer, S., Stricchiola, J., & Fishkin, R. (2012). The art of SEO. " O'Reilly Media, Inc."

Serrano-Cobos, J. (2015). SEO: Introducción a la disciplina del posicionamiento en buscadores. Editorial UOC.

Aleyda Solis. Seo. Las claves esenciales (2016). Anaya Multimedia.

Recomendada

4 alternativas gratuitas a la herramienta de palabras clave de Google AdWords
<http://www.whatsnew.com/2014/01/18/alternativas-gratuitas-herramienta-palabras-clave-google-adwords/>

Pernas, Jesús. Tutorial de Google Webmaster Tools + trucos + videotutorial Search Console. Marketing and Web (jul. 2015). <http://www.marketingandweb.es/marketing/tutorial-google-webmaster-tools/>

Vicente, José. "Qué es AMP: Accelerated Mobile Pages". Humanlevel communications. 2016.
<http://www.humanlevel.com/articulos/posicionamiento-natural-buscaadores/amp-accelerated-mobile-pages.html>



W3C. The W3C QA Toolbox - Validators, checkers and other tools for Webmasters and Web Developers. <http://www.w3.org/QA/Tools/>