



UNAM

UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO

Guía Docente

Posicionamiento y Monitorización Web

Grado en Comunicación

MODALIDAD PRESENCIAL

Curso Académico 2024-2025

Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

| | |
|-----------------------|---|
| Centro | Universidad del Atlántico Medio |
| Titulación | Comunicación |
| Asignatura | Posicionamiento y Monitorización Web |
| Materia | Tecnologías, Herramientas y Estrategias Digitales |
| Carácter | Formación Obligatoria |
| Curso | 3º |
| Semestre | 1 |
| Créditos ECTS | 6 |
| Lengua de impartición | Castellano |
| Curso académico | 2024-2025 |

DATOS DEL PROFESORADO

| | |
|---------------------------|-------------------------------------|
| Responsable de Asignatura | Germán Insúa |
| Correo Electrónico | german.insua@pdi.atlanticomedio.es |
| Tutorías | De lunes a viernes bajo cita previa |

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias básicas:

CB1

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales:

CG1

Conocer los contextos, culturales, sociales, económicos y políticos necesarios que permitan relacionarse con la sociedad.

CG4

Desarrollar las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía en el ámbito del protocolo y la organización de actos.

CG6

Saber innovar en los métodos de autoaprendizaje y autoevaluación, siguiendo criterios de calidad.

CG7

Manejar las lenguas española e inglesa (con un nivel B1 según los criterios establecidos por el MCER) de forma oral y escrita, en general, y su adaptación a los usos específicos en los medios de comunicación.

Competencias transversales:

No existen datos.

Competencias específicas:

CE16

Capacidad de estructurar comunidades virtuales en los social media, utilizando las herramientas y tendencias en el tratamiento de personas y datos y programación de contenidos.

CE18

Capacidad y habilidad para estructurar los contenidos audiovisuales de los productos digitales presentes en la Red, conforme a criterios de usabilidad y ordenación de la información.

CE20

Conocimiento de los conceptos fundamentales de análisis, planificación, así como de las técnicas de elaboración de estrategias de marketing online en instituciones públicas, privadas y medianas y pequeñas empresas.

CE21

Conocimiento de las técnicas de seguimiento y monitorización de datos en Internet.

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Acceder a fuentes de información estructurada y no estructurada que pueden facilitar los procesos de toma de decisiones.
- Conocer la estructura empresarial del sector de la comunicación y la publicidad especialmente en el entorno on-line.
- Capacitación para el ejercicio de las funciones del Social Media Strategist y el Community Manager dentro del esquema comunicativo y de los atributos,
- Normas y principios básicos del Marketing Digital (Redes Sociales, SEO, SEM, Analítica, Marketing de Contenido, Marketing Relacional, Buzz Marketing, Email Marketing, Afiliación...).

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- Introducción a los buscadores.
- Optimización de páginas web. Nomenclatura y normalización de elementos multimedia.
- Etiquetado. Metadatos. Recuperación de información. Agentes inteligentes.
- Auditoría SEO. Plan de acción. Campañas de popularidad web.
- Medición y análisis web. Métricas y dimensiones.
- Analítica básica. Analítica avanzada. Analítica social.
- KPI's y cuadros de mando. Creación de informes: medios y embudos.
- Estudios de recuperación de inversión. Aplicaciones automatizadas para la elaboración de estadísticas y gráficas.

Estos contenidos se desarrollarán por medio del siguiente programa:

Bloque I: Fundamentos de los Motores de Búsqueda

- 1.1 Introducción a los buscadores en Internet
- 1.2 Funcionamiento y principios básicos de los motores de búsqueda

Bloque II: Estrategias y Técnicas de SEO

- 2.1 Definición y diferencias entre SEO/SEM
- 2.2 Principales estrategias SEO
 - 2.2.1 Investigación y análisis de keywords
 - 2.2.2 Optimizaciones técnicas del contenido
 - 2.2.3 Creación de campañas y link building
 - 2.2.4 Evaluación y medición de resultados
- 2.3 White Hat vs Black Hat SEO

Bloque III: Estrategias SEM

- 3.1 Estrategias SEM
- 3.2 Implementación de técnicas SEM

Bloque IV: Introducción a la Analítica Web

- 4.1 Conceptos básicos de la analítica web
- 4.2 Métricas clave para medición y análisis web

Bloque V: Objetivos, Conversiones y KPIs

- 5.1 Definición de objetivos en proyectos web.
- 5.2 Metodología SMART
- 5.3 Conversiones
- 5.4 Identificación y uso de KPIs

Bloque VI: Herramientas y Estrategias en la Analítica Web

- 6.1 Uso de dashboards para el análisis de datos
- 6.2 Funnel de conversión
- 6.3 Segmentación

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

Bloque I.

Semanas 1-2

Bloque II.

Semanas 3-5

Bloque III.

Semanas 6-7

Bloque IV.

Semanas 8-10

Bloque V.

Semanas 11-13

Bloque VI.

Semanas 14-16

Nota: La distribución expuesta tiene un carácter general y orientativo, ajustándose a las características y circunstancias de cada curso académico y grupo clase.

ACTIVIDADES

La actividad lectiva llevada a cabo los viernes disponibles (1 sesión) se destinará a la realización del examen parcial y, en su defecto, se realizará un taller orientado al uso correcto y productivo de la IA aplicada al contenido de la asignatura.

METODOLOGÍA

Método expositivo. Lección magistral

Estudio individual

Resolución de problemas

Metodología por proyectos

Tutoría presencial (individual y/o grupal)

Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación

ACTIVIDADES FORMATIVAS

| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS |
|------------------------------|-------|
| Clases expositivas | 33 |
| Visitas a centros de interés | 0 |
| Proyectos y trabajos | 27 |
| Tutoría y seguimiento | 4 |
| Evaluación | 8 |
| Trabajo autónomo del alumno | 68 |
| Prácticas | 6 |
| Tallares | 3 |

Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% a excepción del Trabajo Autónomo del Alumno.

EVALUACIÓN

| CRITERIOS DE EVALUACIÓN | PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL |
|---|-------------------------------|
| Asistencia y participación activa | 10% |
| Realización de trabajos y prácticas | 40% |
| Pruebas de evaluación teórico-prácticas | 50% |

Sistemas de evaluación

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será:

- 0 – 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 – 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 – 8,9 Notable (NT)
- 9,0 – 10 Sobresaliente (SB)

La mención de “matrícula de honor” podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 alumnos o fracción.

Se aplicará el sistema de evaluación continua, en que se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante.

Convocatoria ordinaria. El sistema de evaluación ordinario comprenderá:

1. Pruebas de evaluación teórico-práctica, que supondrán el 50 % de la nota final de la asignatura. Las pruebas de evaluación para realizar serán:

Parcial

Final

Ambas pruebas respetarán el siguiente formato de evaluación.

- i. Preguntas tipo test con formato de selección verdadero/falso u opción múltiple (50 % de la nota total de la prueba).
 - ii. Preguntas de desarrollo y/o análisis (50 % de la nota final de la prueba).
2. Realización de trabajos prácticos, que supondrán el 40% de la nota final de la asignatura. A lo largo de las semanas de clase, el alumnado deberá realizar entre 3~5 proyectos y un TFA:
 - i. Proyecto de TFA sobre un tema de la asignatura, previamente coordinado con el docente (20% de la nota total de la evaluación práctica);
 - ii. Entregas individuales teórico-prácticas relacionadas con su bloque lectivo respectivo de la asignatura. (restante 20% de la nota final dividida entre el nº de trabajos asignados finalmente).

3. Asistencia y participación activa, que supone el 10 % de la nota final de la asignatura. Es obligatoria la asistencia al 80 % de las horas lectivas de la asignatura. Asimismo, todos los trabajos entregados por el alumno durante el curso académico deben respetar el formato para la presentación de trabajos vigente en la Universidad.

Convocatoria extraordinaria y siguientes

Si se ha suspendido alguna de las partes de la asignatura (participación y asistencia, evaluación o pruebas) se podrá volver a presentar en la convocatoria extraordinaria, manteniendo la nota de la parte superada en convocatoria ordinaria.

La prueba teórica-práctica mantendrá la estructura de la prueba en convocatoria ordinaria, si bien la evaluación será distinta por sus preguntas y opciones (50% de la nota total). Los proyectos y TFA versarán sobre un tema distinto al trabajado previamente. Deberá consensuarse con el docente e incluir una exposición oral utilizando métodos audiovisuales. (40% de la nota total). Todos los trabajos entregados por el alumno durante el curso académico deben respetar el formato para la presentación de trabajos vigente en la universidad.

Criterios de Calificación

Se aplicará el sistema de evaluación continua, donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante, mediante los criterios de evaluación indicados, siempre que, el alumno haya asistido, como mínimo, **al 80% de las clases.**

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 80%, el alumno no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria.

Si el alumno no se presenta al examen en convocatoria oficial, figurará como “No Presentado” en actas.

Si el alumno no aprueba el examen de la asignatura, en actas aparecerá el porcentaje correspondiente a la calificación obtenida en la prueba.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria.

Tanto la nota de los trabajos como la de los exámenes y sus parciales, dentro de la convocatoria ordinaria, se respetará en la convocatoria extraordinaria, por lo que el alumno solo tendrá que presentarse a aquella parte que tenga suspensa.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Ledford, J. L. (2023). Search Engine Optimization (SEO) Secrets. Wiley.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice (8th ed.). Person.
- Kaushik, A. (2020). Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability & Science of Customer Centricity. Sybex.
- Grappone, J., & Couzin, G. (2023). SEO: An Hour a Day (4th ed.). Wiley.

Complementaria

- Goodwin, S. (2021). SEO for Dummies (7th ed.). Wiley.
- Clifton, B (2022). Advanced Web Metrics with Google Analytics (4th ed.). Sybex.
- Charlesworth, A. (2023). Digital Marketing: A Practical Approach (4th ed.). Routledge