

Ficha Técnica: Posicionamiento Web y Análisis de Audiencias Digitales
Curso 2024/2025

Asignatura

Nombre Asignatura	Posicionamiento Web y Análisis de Audiencias Digitales
Código	100422045
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Periodismo (Plan 2022)
Carácter	OPTATIVA
Curso	4

Datos Generales

➤ **PROFESORADO**

Ernesto Villar Cirujano

➤ **CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS**

No se requieren conocimientos previos.

➤ **OBJETIVOS TEÓRICOS**

- Diseñar una web acorde a las necesidades y objetivos de una empresa.
- Comprender la importancia de la usabilidad y el modo de maximizarla.
- Analizar críticamente las webs empresariales y elaborar propuestas de mejoras justificadas.
- Conocer qué es el posicionamiento SEO, cómo funciona y cómo lograr un óptimo posicionamiento natural para una empresa.
- Establecer estrategias de marketing en buscadores y diseño de campañas SEM.

➤ **OBJETIVOS PRÁCTICOS**

- Conocer los principales conceptos del marketing de buscadores.
- Aprender de Indexación y de algoritmos de resultados.
- SEO (Search Engine Optimization). Posicionamiento natural / orgánico
- SEM (Search Engine Marketing). Posicionamiento pagado. Google Ads.
- Estrategias de marketing en buscadores y diseño de campañas SEM

➤ **COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Aprender los conceptos básicos del posicionamiento web, como las unidades de medición en el entorno digital, las interacciones, el análisis de datos o la estrategia SEO, y aplicarlos a proyectos periodísticos con vistas a una eficaz monetización del producto.

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

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.

CG1 Utilizar correctamente y con precisión el lenguaje oral y escrito para desarrollar una comunicación verbal y no verbal eficaz en los distintos formatos de la comunicación.

CG2 Ser capaz de buscar, seleccionar y analizar textos y documentos, así como interpretar, valorar y contrastar esta información con el fin de elaborar con ella productos periodísticos y proyectos de comunicación.

CG3 Tener iniciativa, creatividad, credibilidad, honestidad, espíritu de liderazgo y responsabilidad tanto de modo individual como corporativo en el contexto de una empresa del mundo de la comunicación.

CG4 Explicar y relacionar conocimientos, así como emitir juicios a partir de criterios y evidencias veraces y contrastados en el ejercicio de la actividad periodística.

CG5 Comprender los aspectos sociales, económicos y culturales del contexto nacional e internacional y las estructuras, características y configuraciones de las sociedades con el propósito de elaborar productos periodísticos veraces y útiles a la sociedad.

CG6 Respetar los principios de libertad e igualdad (género, capacidad /discapacidad, origen, condición, etc.), y defender una cultura de paz y el respeto de los derechos fundamentales en todos los tratamientos informativos, interpretativos, dialógicos y opinativos de la comunicación periodística.

CG7 Desarrollar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo orientadas a evaluar, optimizar y confrontar criterios en la toma de decisiones responsable y a la resolución de situaciones

complejas en el ámbito de la comunicación.

CG8 "Identificar las distintas dimensiones del ser humano (libertad, historicidad, sociabilidad, vulnerabilidad, dignidad, etc.) para diseñar las interacciones comunicativas en función de los intereses de la persona".

CG9 Actuar de conformidad a los principios éticos, deontológicos y jurídicos en la profesión periodística.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE15 Aplicar el lenguaje y las técnicas propias de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio, y televisión) y de los nuevos medios nacidos en los soportes digitales.

CE18 Confeccionar productos en formato web en que se desarrollen los conocimientos de redacción, diseño y programación adquiridos.

CE19 Aprender las herramientas periodísticas del entorno web relacionadas con el análisis y verificación de fuentes, el posicionamiento web, el análisis de audiencias, la minería de datos, la inteligencia artificial, la comunicación en redes sociales y la visualización de datos.

CE20 Aprovechar los entornos digitales para promover una comunicación acorde con la sociedad en red fomentando la creatividad y la eficiencia.

CE21 Aplicar los conocimientos fundamentales del marketing en proyectos relacionados con la información periodística o la comunicación corporativa.

CE22 Aplicar a la realidad de las empresas, organizaciones e instituciones del ámbito de la comunicación los fundamentos teórico-prácticos adquiridos en el aula y en el resto de actividades realizadas en la universidad.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT1. Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2. Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3. Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la

sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

Unidades de medición en el entorno digital.

Herramientas de medición: funcionamiento y tipología.

Seguimiento de campañas y acciones en el entorno digital.

Interacciones: número, tiempo y coste por engagement.

Edición de contenidos en medios digitales.

Estrategia SEO

Análisis de datos y monetización

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

Af1: Clase magistral (20 horas, 100% presencialidad)

Af2: Clase práctica (40 horas, 100% presencialidad)

Af3: Trabajos (individuales o grupales) (55 horas, 60% presencialidad)

Af4: Tutorías (individuales o grupales) (10 horas, 60% presencialidad)

Af5: Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante (22 horas, 0% presencialidad)

Af6: Pruebas de evaluación (3 horas, 100% presencialidad)

➤ **CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN**

Criterios de evaluación de la Convocatoria ordinaria

SE1 Evaluación de la asistencia y participación del estudiante / participación y proactividad en el aula: 10%.

SE2 Evaluación de trabajos, prácticas, informes: Rango de evaluación 50%.

SE3 Pruebas de evaluación oral: Rango de evaluación 10%

SE4 Pruebas de evaluación escrita: Rango de evaluación: 30%

Criterios de Evaluación Convocatoria extraordinaria

SE1 Evaluación de la asistencia y participación del estudiante / participación y proactividad en el aula: 10%.

SE2 Evaluación de trabajos, prácticas, informes: Rango de evaluación 50%.

SE3 Pruebas de evaluación oral: Rango de evaluación 10%

SE4 Pruebas de evaluación escrita: Rango de evaluación: 30%

Criterios sobre el NO PRESENTADO

La calificación No Presentado no consume convocatoria. En cualquier caso, cuando un estudiante haya sido evaluado de un conjunto de pruebas previstas en la guía docente que abarquen el 30% de la ponderación de la calificación, ya no será posible calificar como no presentada (NP) su asignatura. En este caso, la calificación final que obtendría será la correspondiente a la media ponderada de su evaluación continua.

TRATAMIENTO DE LA REDACCIÓN Y LAS FALTAS DE ORTOGRAFÍA

a. Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva.

b. La ortografía será juzgada en su totalidad: letras, tildes y signos de puntuación.

c. Hechas estas consideraciones generales, se establecen las normas siguientes:

i. Por cada falta de ortografía, incluidas las tildes, se deducirá medio punto de la calificación del ejercicio

ii. Cuando se repita la misma falta de ortografía, se contará como una sola

iii. Cuando se cometan 3 faltas de ortografía o más en el conjunto de la prueba, o se detecten graves problemas de expresión o de redacción, el trabajo o examen en cuestión será considerado suspenso (entre 0 y 4 puntos, según la gravedad de los errores ortográficos) quedando a criterio del profesor si esta nota puede posteriormente ser recuperada, así como los requisitos necesarios para que esto ocurra.

d. Estas normas se establecen con el carácter de mínimas y sin perjuicio de las exigencias adicionales que pueda fijar cada profesor en función de los contenidos y objetivos de sus respectivas asignaturas.

- Criterios de evaluación de asistencia y participación para los alumnos matriculados en 2ª o sucesivas matrículas, para los que no se exige la presencialidad.

SE2 Evaluación de trabajos, prácticas, informes: Rango de evaluación 60%.

SE4 Pruebas de evaluación escrita: Rango de evaluación: 40%

➤ **BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA Y RECOMENDADA:

Para el estudio y preparación de las clases, el principal material de referencia son los apuntes de la asignatura disponibles en el campus virtual. Además, puede utilizarse también la bibliografía recomendada que indique el profesor, que estará disponible para los alumnos en la Biblioteca de la Universidad.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Martínez Rolán, X. (2019). Diseño de páginas web: WordPress para todos los públicos. Editorial

UOC. <https://elibro.net/es/lc/villanueva/titulos/106387>

Recursos bibliográficos de la Universidad Villanueva: <https://biblioteca.villanueva.edu/>

➤ **HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

1.-Los horarios podrán ser consultados en tiempo real en:

<https://herakles.webuntis.com/WebUntis/?school=Universidad+Villanueva#/basic/login>

2.-El calendario de exámenes podrá ser consultado en el siguiente link sobre el calendario académico general para Grados del curso 2024-25

3.- Tutorías: el profesor publicará el horario de tutorías en el campus virtual de la asignatura, con independencia de que el alumno pueda solicitar por correo electrónico a la dirección del profesor las tutorías necesarias

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta guía docente se ha elaborado de acuerdo a la memoria verificada de la titulación.