RECUPERACIÓN DE INFORMACIÓN Y POSICIONAMIENTO EN LA RED (2016-17)

DATOS GENERALES

Código	47010
Créditos ECTS	6

Departamentos y áreas

Departamento	Área	Dpt. Resp.	Dpt. Acta
LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMATICOS	LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMATICOS	SÍ	SÍ

Estudios en que se imparte

MÁSTER UNIVERSITARIO EN INGENIERÍA INFORMÁTICA

Contexto de la asignatura

Esta asignatura abarca dos de las principales áreas tecnológicas de Internet en la actualidad: los motores de búsqueda y las técnicas de posicionamiento web (Search Engine Optimization - SEO). El volumen de información presente hoy en día en Internet ha dado un papel de absoluta relevancia a los motores de búsqueda, como Google o Bing, que se encargan de descifrar las necesidades de los usuarios a partir de sus consultas, para proporcionarles contenidos que les resulten de interés. Estas tecnologías se han convertido en la principal fuente de visitas para la mayoría de páginas web. En consecuencia, lograr un buen posicionamiento en estos buscadores es una de las formas más seguras de garantizar una buena visibilidad para las empresas.

Comprender cómo funcionan los motores de búsqueda y conocer las diferentes posibilidades que existen para mejorar el posicionamiento de una página web constituye la esencia de esta asignatura. El alumno descubrirá cuál es el funcionamiento interno de un motor de búsqueda, sus principales componentes y las tecnologías que emplean. Adquirirá una visión clara de las principales técnicas y herramientas para el posicionamiento y la analítica web, desde el clico de vida de una campaña de posicionamiento hasta la realización de informes SEO. Además, se revisarán las principales técnicas de marketing en buscadores (Search Engine Marketing - SEM) para la realización de campañas de publicidad online.

OBJETIVOS

Objetivos específicos aportados por el profesorado (2016-17)

- Conocer los componentes principales de un sistema de recuperación de información.
- Conocer los fundamentos y técnicas que emplean los motores de búsqueda en Internet.
- Conocer y saber aplicar las diferentes metodologías para lograr un buen posicionamiento en buscadores.
- Conocer y poder aplicar las técnicas básicas de marketing en buscadores.
- Ser capaz de analizar e interpretar los diferentes indicadores de uso relacionados con un sitio web.

CONTENIDOS

Contenidos teóricos y prácticos (2016-17)

Tema 1. Fundamentos de los sistemas de recuperación de información

- Características básicas, estructura y funciones de un buscador
- Procesado de documentos y construcción de índices
- Modelo booleano y modelo vectorial
- Características básicas de la búsqueda en la Web
- La Web vista como un grafo
- La Web semántica
- Buscadores especializados

Tema 2. Técnicas de posicionamiento en buscadores (SEO)

- El ciclo de vida de una campaña de posicionamiento
- Elementos importantes del posicionamiento en buscadores
- Técnicas básicas de posicionamiento
- Herramientas para mejorar el posicionamiento en buscadores
- Cómo realizar un informe SEO

Tema 3. Técnicas de márketing en buscadores (SEM)

- Fundamentos del marketing en buscadores
- Realización de campañas de marketing
- Google Adwords y Google Adsense
- Como realizar una campaña de contenidos

Tema 4. Analítica web

- Seguimiento de campañas de contenidos
- Introducción a Google Analytics
- Cálculo del retorno de la inversión

EVALUACIÓN

Instrumentos y criterios de Evaluación 2016-17

La evaluación se realizará de manera continua a lo largo de todo el curso. Dicha evaluación tendrá en cuenta los trabajos en grupo e individuales del alumno. El trabajo en grupo se considera una actividad no recuperable, de manera que la nota de esta parte se guardará para la siguiente convocatoria dentro del mismo semestre.

Tipo	Criterio	Descripción	Ponderación
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	No se establece ningún mínimo para promediar con el resto de apartados de evaluación.	Prácticas de laboratorio y ejercicios	60
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	No se establece ningún mínimo para promediar con el resto de apartados de evaluación.	Trabajo en grupo	40