

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

| | | | |
|--|--|----------------|-------|
| Titulación: | Diploma en Periodismo Especializado Multimedia (Título Propio asociado a Periodismo) | | |
| Rama de Conocimiento: | Ciencias Sociales y Jurídicas | | |
| Facultad/Escuela: | Ciencias de la Comunicación | | |
| Asignatura: | Taller de Periodismo Multimedia III | | |
| Tipo: | Propia Obligatoria | Créditos ECTS: | 6 |
| Curso: | 4 | Código: | 32319 |
| Periodo docente: | Séptimo semestre | | |
| Tipo de enseñanza: | Presencial | | |
| Idioma: | Castellano | | |
| Total de horas de dedicación del alumno: | 150 | | |

| Equipo Docente | Correo Electrónico |
|------------------------------|--------------------|
| Mayra Nohemí Ambrosio Laredo | m.ambrosio@ufv.es |
| Laura Zazo Correa | l.zazo.prof@ufv.es |

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura "Taller de Periodismo Multimedia III" pretende ser una asignatura práctica donde los alumnos puedan desarrollar las competencias clave relacionadas con el marketing online, en concreto, el posicionamiento en Google. A través de esta asignatura, se brindan los conocimientos necesarios para desarrollar una estrategia óptima en los entornos digitales, con independencia del producto o servicio que se vaya a posicionar.

Esta materia aporta la formación necesaria para que, en el futuro, los graduados en Periodismo conozcan adecuadamente las herramientas y soluciones relacionadas con el uso y el posicionamiento en internet, una competencia técnica muy demandada en la actualidad por las empresas

La asignatura "Taller de Periodismo Multimedia III" pretende ser una asignatura práctica donde los alumnos puedan desarrollar las competencias clave relacionadas con el marketing online, en concreto, el posicionamiento en Google. A través de esta asignatura, se brindan los conocimientos necesarios para desarrollar una estrategia óptima en los entornos digitales, con independencia del producto o servicio que se vaya a posicionar.

Esta materia aporta la formación necesaria para que, en el futuro, los graduados en Periodismo no solo conozcan las herramientas y soluciones relacionadas con el uso y el posicionamiento en internet, sino que también reflexionen sobre la importancia de la ética y la deontología profesional para contribuir con su labor al bien común de la sociedad.

OBJETIVO

El objetivo final de la asignatura es consolidar el conocimiento y la práctica del fin último del periodismo y su servicio al bien común de la sociedad. También busca fomentar la apertura del alumno al trabajo en comunidad, invitándole a escuchar al compañero de equipo y a unificar criterios, para diseñar la mejor estrategia de posicionamiento posible.

Esta asignatura permite dominar las posibilidades tecnológicas de la comunicación online para posicionar desde el rigor, la ética y el pensamiento crítico contenidos en Google, así como abrir la puerta al emprendimiento y a las oportunidades laborales en este sector con tanta demanda de profesionales.

Los fines específicos de la asignatura son:

Los fines específicos de la asignatura son:

- Saber cómo funciona el algoritmo de Google a la hora de posicionar un producto o servicio.
- Definir los conceptos básicos para trabajar el Posicionamiento en Google: entender los fundamentos del SEO y SEM.
- Elegir las herramientas adecuadas para posicionar tanto en SEO como SEM, así como sacarles el máximo rendimiento.
- Orientar todos los conocimientos adquiridos, al servicio del bien común y la necesidad de ricos y de ética profesional.
- Descubrir la grandeza del trabajo colaborativo.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Se requieren conocimientos previos en:

- Redacción periodística
- Redacción SEO
- Conocimientos básicos de Photoshop y WordPress
- Ética y deontología profesional
- Conocimientos de marketing y comunicación empresarial
- Planificación y difusión de contenidos a través de redes sociales

CONTENIDOS

Tema 1: Posicionamiento en internet
o ¿Por qué estudiar esta asignatura?
o ¿Cuál es el éxito de un negocio?
o ¿Cómo funciona Google?
o Herramienta: Photoshop

Tema 2: Principios SEO on page (Search Engine Optimization)
o Tipos de presencia online
o SEO on page
o Herramientas: WordPress, spider tool & crawler software, Ubersuggest y Google Trends

Tema 3: Principios SEO off page (Search Engine Optimization)
o SEO off page

Tema 4: Principios SEM (Search Engine Marketing)
o Publicidad en buscadores
o Cómo crear una campaña SEM
o Elementos básicos de una landing page

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- Sesiones expositivas en el aula
- Sesiones de trabajo autónomo a través del aula virtual en Canvas
- Prácticas individuales y en grupos de dos personas
- Exposiciones y presentaciones por parte de los alumnos
- Exposición de materiales complementarios
- Podrá darse el caso de que los alumnos asistan a encuentros online o presenciales con expertos
- Posibilidad de asistir a actividades organizadas por el Grado en Periodismo de la UFV

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

| ACTIVIDAD PRESENCIAL | TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL |
|--|---|
| 60 horas | 90 horas |
| <ul style="list-style-type: none">- Sesiones expositivas en el aula- Dinámicas individuales y por equipos- Prácticas puntuables a realizar en equipo- Presentaciones individuales y por equipos 60h | <ul style="list-style-type: none">- Consulta y estudio del material didáctico facilitado por el profesor a través del aula virtual en Canvas- Dinámicas individuales y por equipos- Prácticas puntuables a realizar en equipo- Preparación de presentaciones en equipo 90h |

COMPETENCIAS

Conoce y opta por poner sus conocimientos y destrezas al servicio del fin último del periodismo que es el bien común de la sociedad.

Sabe escuchar al compañero y unifica criterios, para diseñar la mejor estrategia de posicionamiento posible.

Sabe escuchar al compañero de equipo y expone de forma acertada argumentos previamente trabajados. Tiene capacidad para valorar todos los argumentos presentados y tomar decisiones acertadas.

Conoce y puede utilizar las herramientas específicas para realizar estrategias SEO y SEM. Sabe desarrollar estrategias globales de posicionamiento.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Es un profesional que trabaja guiado por la ética y el rigor a la hora de posicionar en internet productos/servicios.
- Capacidad de trabajar en equipo.
- Cuenta con una capacidad crítica y criterio propio.
- Cuenta con las destrezas y los conocimientos necesarios para desarrollar una estrategia de marketing online que posicione productos/servicios en un entorno competitivo como es el buscador Google.
- Domina las principales herramientas de posicionamiento SEO y SEM.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

++Convocatoria ordinaria++

A) Evaluación continua

- 50% Trabajo en grupos de dos personas (prácticas puntuables)
- 25% Redacciones SEO en grupo
- 20% Examen final
- 5% Exposición trabajo final en grupo
- Para obtener una nota media igual o superior a 5 (aprobado) el alumno deberá, obligatoriamente, aprobar estas tres partes: trabajo en grupo, redacciones SEO y examen final.
- Solo se justifican las faltas de asistencia por motivos de enfermedad grave (con justificante médico).
- Todas las prácticas expositivas son obligatorias y no son recuperables en caso de inasistencia injustificada.
- Las prácticas suspensas podrán volverse a entregar una solo vez y serán calificadas como máximo con un 5 (aprobado).

*Las notas logradas en la convocatoria ordinaria se conservarán hasta la convocatoria extraordinaria y solo durante un curso académico.

B) Evaluación no continua (alumnos que superen el 20% de inasistencia -3 clases- por motivos laborales; y aquellos que decidan presentarse a este sistema de evaluación):

Deberán presentar exactamente los mismos trabajos que los compañeros que han asistido a clase, pero tendrán que hacerlo DE FORMA INDIVIDUAL -no en grupo-. Estos trabajos incluyen la elaboración de un blog en WordPress de pago:

- 50% Trabajo INDIVIDUAL (Prácticas puntuables. Se presentará el día del examen y a diferencia de la convocatoria ordinaria, las prácticas suspensas no podrán volverse a presentar una segunda vez).
- 25% Redacciones SEO (Se presentarán el día del examen. El alumno deberá de realizar la mitad de redacciones SEO que los compañeros que trabajan en grupo).
- 20% Examen final (Se realizará el día del examen).
- 5% Exposición trabajo final de forma INDIVIDUAL (se realizará el día del examen).

*Para obtener una nota media igual o superior a 5 (aprobado) el alumno deberá, obligatoriamente, aprobar estas tres partes: trabajo INDIVIDUAL, redacciones SEO y examen final.

*Las notas logradas en la convocatoria ordinaria se conservarán hasta la convocatoria extraordinaria y solo durante un curso académico.

++Convocatoria extraordinaria (Junio)++

Los alumnos que hayan cursado la asignatura y que no la hayan superado en convocatoria ordinaria, o que decidan presentarse directamente a la convocatoria extraordinaria, se someterán al siguiente sistema de evaluación DE FORMA INDIVIDUAL -no en grupo-. Estos trabajos incluyen la elaboración de un blog en WordPress de pago:

- 50% Trabajo INDIVIDUAL (prácticas puntuables. Se presentará el día del examen y a diferencia de la convocatoria ordinaria, las prácticas suspensas no podrán volverse a presentar una segunda vez).
- 25% Redacciones SEO (Se presentarán el día del examen. El alumno deberá de realizar la mitad de redacciones SEO que los compañeros que trabajan en grupo).
- 20% Examen final (Se realizará el día del examen).
- 5% Exposición trabajo final de forma INDIVIDUAL (se realizará el día del examen).

*Para obtener una nota media igual o superior a 5 (aprobado) el alumno deberá, obligatoriamente, aprobar estas tres partes: trabajo INDIVIDUAL, redacciones SEO y examen final.

*Las notas logradas en la convocatoria ordinaria se conservarán hasta la convocatoria extraordinaria y solo durante un curso académico.

*“Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a los establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad.”

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Carreras, R. SEO 2021 Amazon Digital Services LLC

Maciá, F. Técnicas avanzadas de posicionamiento en buscadores Anaya Multimedia

Andrea, E. SEO, técnicas de posicionamiento en buscadores en 12 pasos Inforbooks

Orense Fuentes, Miguel. SEO: cómo triunfar en buscadores / Madrid :Esic,2008.

Complementaria

Google Webmasters https://support.google.com/webmasters/answer/6023933?ref_topic=6001171&rd=1

Kissmetric <http://blog.kissmetrics.com/>

Juan Merodio <http://www.juanmerodio.com/>

Vilma Núñez <http://vilmanunez.com/>

Ciudadano 2.0 <http://www.ciudadano2cero.com/>