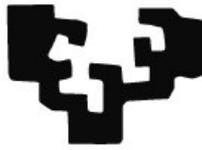


eman ta zabal zazu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea



GUIA DOCENTE

SEO de contenidos en Periodismo

Profesorado

Koldo Meso Ayerdi
Ainara Larrondo Ureta
Terese Mendiguren Galdospin
Simón Peña Fernández
Jesús A. Pérez Dasilva



Grupo Consolidado del Sistema
Universitario Vasco (IT1112-16)
KZBerri - Grupo Especializado en
Innovación Educativa. Sello IKD (UPV/EHU)



CURSO DE SEO DE CONTENIDOS EN PERIODISMO

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN. INTERÉS DEL CURSO	2
2. PERSONAS DESTINATARIAS Y PRERREQUISITOS	2
3. OBJETIVOS	3
4. COMPETENCIAS	4
5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	5
6. DESCRIPCIÓN DEL CURSO	5
7. PROGRAMA Y CONTENIDOS DEL CURSO	6
8. METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO	10
9. CRONOGRAMA	10
10. BIBLIOGRAFÍA	10
11. WEBGRAFÍA. RECURSOS ELECTRÓNICOS	11

1. INTRODUCCIÓN. INTERÉS DEL CURSO

Los medios de comunicación han incorporado dentro de su estrategia de contenidos online el SEO (Search Engine Optimization). Entendido como fenómeno integrado por diversos tipos de acciones y estrategias encaminadas a conseguir un buen posicionamiento de los contenidos en los buscadores web (Google, etc.), el SEO se ha convertido en una de las señas de identidad del ciberperiodismo desde sus comienzos, a mediados de los años noventa del siglo pasado.

Las empresas de medios en la web requieren que sus profesionales sean capaces de llevar a cabo las acciones necesarias para dar visibilidad en línea a los contenidos, productos y servicios que se ofrecen, mejorando la distribución de las informaciones que publica el medio y ampliando el tráfico de visitas a la web.

Teniendo como referencia todos aquellos cambios que el periodismo en la web ha traído respecto a los medios de prensa, radio y televisión, y teniendo en cuenta que todo ciberperiodista debe conocer qué es el SEO y cómo fomentarlo de manera elemental, este curso ofrece conocimientos y pautas específicas sobre su aplicación en el ámbito profesional. Igualmente, vincula este concepto clave con otros igualmente importantes, como el SEM (Search Engine Marketing).

Saber optimizar los contenidos para conseguir posicionar estos de manera óptima y llegar al máximo número de lectores se ha convertido, de hecho, en una de las principales habilidades de los ciberperiodistas, quienes deben conjugar estas destrezas con otras de gran importancia, como la propia redacción de contenidos. Además de este perfil de ciberperiodista con conocimientos SEO, en muchas redacciones es posible encontrar perfiles profesionales especialistas en posicionamiento y optimización web.

El interés de este curso SEO de contenidos en Periodismo reside así en su utilidad para orientar al alumnado en la tarea de optimización de contenidos online periodísticos. Para ello, el curso ofrece una completa descripción sobre qué es el SEO, qué implica y cómo se desarrolla en la práctica periodística, a partir de ejemplos concretos. Asimismo, el curso permite conocer, a partir de casos particulares, los requisitos de determinadas redacciones online a la hora de hacer SEO, también en lo referido a la distribución multiplataforma de sus contenidos en las principales redes sociales.

2. PERSONAS DESTINATARIAS Y PRERREQUISITOS

Este curso está dirigido a todas aquellas personas interesadas en el ámbito de la comunicación y, específicamente, a los profesionales que desempeñan su labor en las redacciones de medios ciberperiodísticos. Los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales pueden encontrar en este curso una perspectiva formativa complementaria para profundizar en determinados aspectos didácticos de las asignaturas del plan de estudios sobre comunicación y periodismo.

La presentación del curso en formato académico y de divulgación científica lo hace accesible a un público no experto, por lo que no se requieren conocimientos previos específicos por parte del alumnado, si bien se aconseja la lectura de obras que favorezcan la capacidad de relación y reflexión crítica, así como artículos que le permitan familiarizarse con los conceptos relacionados con la materia, como los recomendados al final de esta guía.

3. OBJETIVOS

El objetivo general del curso es capacitar al alumnado con objeto de proporcionarle unos conocimientos teóricos y prácticos sobre el SEO periodístico. Este objetivo general se concreta en los siguientes objetivos específicos (OE):

- OE1** Comprender qué es y cómo influye en SEO en el posicionamiento de contenidos elaborados desde una perspectiva periodística.
- OE2** Conocer las distintas fases y procedimientos para monitorizar y optimizar la posición de un medio y/o de sus contenidos en los resultados de los principales buscadores en la web.
- OE3** Reconocer y familiarizarse con la terminología, principales ratios y medidas de evaluación de la efectividad del posicionamiento de un medio web.

- OE4** Planificar de forma eficaz una estrategia de posicionamiento orgánico y de captación de enlaces (*linkbuilding*), identificando los recursos y acciones necesarios en función del tipo de web, sector y *target* de audiencia.
- OE5** Comparar el estado del posicionamiento de un medio frente a sus principales competidores, identificando las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades SEO.
- OE6** Aprender a valorar los resultados de las acciones realizadas para mejorar el posicionamiento web, en términos de objetivos de negocio.
- OE7** Conocer las diferentes formas de promoción de contenidos en las redes sociales.

4. COMPETENCIAS

Las competencias a alcanzar a través de este curso son las siguientes:

Competencias específicas

- CE1** Tomar decisiones sobre la mejor manera de alcanzar los objetivos de una empresa, institución, etc. a través del análisis de los datos proporcionados por las herramientas de analítica y posicionamiento web, así como de las estadísticas de comportamiento de las audiencias en internet.
- CE2** Conocer las principales herramientas de optimización y evaluación utilizadas para el posicionamiento en buscadores en las redacciones de medios de comunicación.
- CE3** Desarrollar destrezas para llevar a la práctica una estrategia de posicionamiento en buscadores integrando acciones internas (OnPage) y externas (OffPage).
- CE4** Conocer las principales pautas de redacción ciberperiodística en consonancia con los criterios SEO.

Competencias transversales

- CT1** Adquirir habilidades para el aprendizaje autónomo.
- CT2** Ser capaz de buscar, gestionar, analizar y sintetizar críticamente información relacionada con el SEO Periodístico, a partir de distintas fuentes documentales e informativas.
- CT3** Desarrollar un criterio ético y deontológico fundamentado en la importancia de transmitir y posicionar contenidos web de valor y servicio para la ciudadanía digital.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Gracias a los contenidos teórico-prácticos proporcionados en el curso, se espera que el alumnado alcance los siguientes resultados de aprendizaje:

- * Redactar correctamente un contenido periodístico para que pueda ser posicionado adecuadamente en buscadores.
- * Emplear distintos sistemas y mediciones *online* para extraer datos estratégicos y promover una optimización del posicionamiento del medio de comunicación a través de su contenido periodístico.

- * Identificar en qué medida los medios online se ajustan a los estándares SEO, proponiendo medidas concretas de mejora a través de trabajos de análisis práctico.
- * Entender cómo funcionan los motores de búsqueda en internet para utilizarlos de un modo profesional.
- * Ser capaz de desarrollar e integrar dentro de otras tareas –por ejemplo, de redacción– estrategias adaptadas de posicionamiento en buscadores con resultados medibles mediante diferentes herramientas.

6. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Con el objetivo de que el alumnado adquiriera las competencias señaladas, el curso presenta distintos materiales teóricos organizados en un total de ocho temas, así como prácticas o ejercicios vinculados a los conocimientos teóricos y conceptuales adquiridos. El resto de materiales lo componen las lecturas recomendadas. Se estima que la dedicación aproximada del curso sea de 5 horas semanales durante 9 semanas. En total, aproximadamente, entre 40 y 45 horas.

Por lo que se refiere a los contenidos a desarrollar, el primer tema aborda la definición de posicionamiento SEO y describe algunos subconceptos básicos relacionados con este fenómeno de objetivos sencillos, pero complejo a nivel de herramientas y opciones prácticas. El tema 2 se centra en detalle en la cuestión de los contenidos periodísticos y el tema 3 aborda la evolución de los medios en el ámbito SEO, ofreciendo un análisis de casos. El tema 4 permite continuar profundizando en la cuestión del SEO en periodismo a partir de una recomendación de buenas prácticas OnPage y OffPage. Los temas 5 y 6 se centran en la cuestión específica de las herramientas, desde diferentes perspectivas, mientras que los temas 7 y 8 dirigen su interés a las distintas tipologías de SEO que más influyen hoy en el posicionamiento de los contenidos periodísticos.

7. PROGRAMA Y CONTENIDOS DEL CURSO

Programa teórico

Tema. 1. Principios generales en torno al posicionamiento SEO

1. ¿Qué es el posicionamiento SEO?
2. Ventajas y desventajas del posicionamiento SEO
 - 2.1. Ventajas
 - 2.2. Desventajas
3. Algunos conceptos básicos en torno al SEO

- 3.1. Motores de Búsqueda o Buscadores
- 3.2. Algoritmo de búsqueda
- 3.3. PageRank
- 3.4. Palabras clave o keywords
- 3.5. SEP OnPage y OffPage
- 3.6. Analítica SEO
- 4. Principales factores SEO OnPage y OffPage
 - 4.1. Factores SEO OnPage
 - 4.2. Factores SEO OffPage
- 5. Técnicas específicas de impacto: SEOTube
- 6. SEO y medios de comunicación

Tema 2. SEO de Contenidos

- 1. Definición
- 2. Redacción SEO
- 3. Pautas de redacción SEO
 - 3.1. Palabras clave
 - 3.2. Estructura del contenido
 - 3.3. Escribir el contenido

Tema 3. Medios de Comunicación y SEO

- 1. Introducción
- 2. La llegada del SEO a las redacciones
- 3. Posicionar una noticia en Internet
- 4. Análisis de caso: Prácticas SEO en EITB
- 5. ¿Cómo posiciono mi sitio web?

Tema 4. Periodistas y SEO

- 1. Introducción
- 2. SEO y Periodismo

3. ¿Por qué del SEO en Periodismo?
4. Buenas prácticas para implementar el SEO
 - 4.1. Optimización OnPage
 - 4.2. Optimización OffPage
5. Buscadores y agregadores de noticias
 - 5.1. Agregadores de noticias
 - 5.2. El fenómeno del clickbait
6. Formación en SEO para periodistas

Tema 5. Herramientas online para periodistas

1. Introducción
2. Redacción de los textos
 - 2.1. Materiales de consulta y libros de estilo
 - 2.2. Traductores automáticos
 - 2.3. Corrección de textos
3. Edición de imágenes
 - 3.1. Edición de imágenes
 - 3.2. Bancos de imágenes
 - 3.3. Presentaciones, infografías y visualización de datos
4. Herramientas de audio
5. Herramientas de video
6. Redes sociales
 - 6.1. Análisis de la difusión
 - 6.2. Gestión de cuentas
7. Otros recursos

Tema 6. Herramientas de análisis para optimizar el SEO de un sitio web

1. Para analizar las palabras clave
2. Para analizar a la competencia
3. Para analizar el tráfico y la conversión

4. Para examinar el SEO OnPage del sitio web
5. Para realizar un análisis de backlinks
6. Para analizar la visibilidad

Tema 7. SEO y Redes Sociales

1. Introducción
2. Motivos para impulsar las redes sociales en la estrategia SEO
 - 2.1. Las redes sociales ayudan a generar autoridad y marca
 - 2.2. Las redes sociales involucran a personas reales
3. ¿Influyen las redes sociales en el SEO?
 - 3.1. Enlaces de calidad
 - 3.2. Audiencia sólida
 - 3.3. Imagen de marca
 - 3.4. Intención del usuario
4. Cómo mejorar el posicionamiento gracias a las redes sociales
 - 4.1. Publicar contenido de calidad y facilitar el intercambio social
 - 4.2. Estar en conversaciones activas y naturales
 - 4.3. Las imágenes como complemento
 - 4.4. Medir el rendimiento con indicadores

Tema 8. Otros tipos de SEO

1. Tipos de SEO según las prácticas empleadas
 - 1.1. White Hat SEO
 - 1.2. Black Hat SEO
2. Tipos de SEO según su ubicación
 - 2.1. SEO Local
 - 2.2. SEO Nacional
 - 2.3. SEO Internacional
3. Otros tipos de SEO
 - 3.1. SEO para dispositivos móviles

- 3.2. SEO Técnico
- 3.3. SEO Reputacional
- 4. Otras técnicas de posicionamiento
 - 4.1. SEM
 - 4.2. SMO
 - 4.3 ASO

Programa práctico

1. Aplicación de indicadores a cibermedios
2. Análisis de posicionamiento actual en buscadores
3. Predecir cómo se verá su página web en los resultados de búsqueda de Google
4. Dar con las palabras más buscadas
5. Mejorar la velocidad de una página web
6. Mejorar la estrategia de búsqueda
7. Análisis de medios digitales
8. Análisis de herramienta 'todo en uno'

8. METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO

En el curso SEO de contenidos en Periodismo la teoría y la práctica están interrelacionadas. Tras el estudio de cada tema, el alumnado tendrá que realizar una serie de ejercicios relacionados y propuestos en el apartado práctico del programa. Estas prácticas consisten en ejercicios que se podrán realizar sin grandes dificultades y para cuya resolución será suficiente la consulta de los contenidos teóricos. Finalizado el curso, el alumnado encontrará a su disposición un test de autoevaluación de elección múltiple sustentado en los conceptos teóricos del mismo. Mediante la realización de las prácticas y del test se espera que el alumnado reafirme los conceptos y procedimientos aprendidos. Asimismo, el curso proporciona recursos libres y acceso a documentos web y vídeos para profundizar en las cuestiones abordadas en el curso.

9. CRONOGRAMA

Semanas	Actividades	Horas estimadas
Semana 1	Lectura de la guía docente. Vídeo de presentación. Tema 1: material teórico	4 horas

Semana 2	Tema 1: lecturas, prácticas y evaluación	3 horas
Semana 3	Tema 2: material teórico, lecturas, prácticas y evaluación	5 horas
Semana 4	Tema 3: material teórico, lecturas, prácticas y evaluación	5 horas
Semana 5	Tema 4: material teórico, lecturas, prácticas y evaluación	5 horas
Semana 6	Tema 5: material teórico, lecturas, prácticas y evaluación	5 horas
Semana 7	Tema 6: material teórico, lecturas, prácticas y evaluación	5 horas
Semana 8	Tema 7: material teórico, lecturas, prácticas y evaluación	5 horas
Semana 9	Tema 8: material teórico, lecturas, prácticas y evaluación	5 horas

10. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Cordón, J.A.; Alonso, I.; Gómez, R. (2012). *Las nuevas fuentes de información y búsqueda documental en el contexto de la web 2.0*. Madrid: Pirámide.

Enge, E.; Spencer, E.; Stricchiola, J. (2015). *The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization*. Boston (EEUU): O'Reilly Media.

Maciá, F.; Gosende, J. (2010). *Posicionamiento en buscadores*. Madrid: Anaya Multimedia.

Serrano Cobos, J. (2015). *SEO: introducción a la disciplina del posicionamiento en buscadores*. Barcelona: Editorial UOC.

Solís, A. (2016). *SEO. Las claves esenciales*. Madrid: Anaya Multimedia.

Complementaria

Arias, M.A. (2013). *Marketing digital. Posicionamiento SEO, SEM y redes sociales*. Vigo: IT Campus Academy.

Cavaller, V.; Sánchez, S.; Codina, L. (2014). *Estrategias y gestión de la comunicación online y offline*. Barcelona: Editorial UOC

Del Valle, E. (2017). *Google AdWords. Trucos y estrategias para el éxito*. México: Alfaomega Grupo Editor

Estrade, J.M. et al. (2013). *Marketing Digital, Marketing móvil, SEO y analítica web*. Madrid: Grupo Anaya.

King, A.B. (2003). *Optimización de sitios web*. Madrid: Anaya Multimedia.

Maciá, F. (2011). *Técnicas avanzadas de posicionamiento*. Madrid: Anaya Multimedia.

Noguera, J. (2014). *Las claves para dominar el SEO*. Madrid: Createspace Independent Pub.

Peñarroya, M.; Casas, H. (2014). *Cómo ser primeros en Google sin pagar*. Barcelona: Editorial UOC.

Pes, C.J. (2013). *Fundamentos del SEO*. Madrid: Autoedición.

Walter, A. (2008). *Building Findable Websites. Web Standards SEO and Beyond*. Berkeley, CA: New Riders.

Zeldman, J. (2004). *Diseñando con estándares web*. Madrid: Anaya Multimedia.

11. WEBGRAFÍA. RECURSOS ELECTRÓNICOS

BackLinko.com: Voice Search (Búsquedas por voz)
<https://backlinko.com/optimize-for-voice-search>

Congreso SEO Profesional (SEOPRO)
<https://www.congresoseoprofesional.com/noticias/seo-para-periodistas/>

Guía de Search Console para principiantes:
<https://developers.google.com/search/docs/beginner/search-console?hl=es>
How search engines rank web pages
<https://bit.ly/2L4OUtN>

NinjaSEO
<https://ninjaseo.es>

Red de Periodistas
<https://www.reddeperiodistas.com>

Search engine optimisation in BBC News
<https://bbc.in/2J8TzIR>

Searchenginewatch.com: Complete guide to meta-tags
<https://www.searchenginewatch.com/2016/10/05/complete-guide-to-meta-tags-in-seo/>

SEO Essentials for reporters (video)
<https://www.youtube.com/watch?v=fFYeoTWr8Xo>