**ED: Tema 2**

1. Introducción a SEO

El Search Engine Optimization (SEO) son aquellas técnicas de programación con el objetivo de lograr que una página web sea indexada por los navegadores web (principalmente Google) en los primeros puestos.

El SEO no se ve influenciado por el dinero, tan solo a través de la programación y suele tardar un tiempo en surtir efecto. A través del SEO se puede generar tráfico en una página web de manera gratuita.

Para una empresa es importante el SEO ya que puede generar mucho tráfico hacia su sitio web si su página está bien posicionada o hacer que sean prácticamente invisibles en la web si no aparecen en los primeros resultados y por lo tanto las visitas irán a la competencia.

El SEO se suele complementar con otras técnicas de marketing como publicidad o marketing redes sociales.

Los motores de búsqueda son la principal forma de navegar en Internet. Proporcionan un tráfico dirigido, ya que muestran resultados en función a una consulta de búsqueda, aquellas palabras que los usuarios escriben para buscar un sitio web. Estos motores de búsqueda muestran los mejores resultados con el fin de que los usuarios sigan utilizando dicho motor de búsqueda.

Los motores de búsqueda utilizan SW para analizar las páginas web de Internet denominado spiders. Estos spiders asignan una puntuación a cada una de estas webs que determinarán el orden en el que aparecen en una determinada búsqueda.

**Técnicas de Optimización**

* White-hat SEO: utilizar técnicas recomendadas por los motores de búsqueda. Producen resultados a largo plazo.
* Black-hat SEO: utilizar técnicas desaprobadas por los motores de búsquedas para abusar de posibles fallos en el algoritmo. Si se detecta por un motor de búsqueda sufrirá una penalización.

**Vocabulario SEO**

* CMS: programa que permite crear páginas web a través de plantillas (Wordpress).
* CTR (Click-through rate): porcentaje de usuarios que hacen clic en un enlace.
* GYM: Google, Yahoo y Microsoft. Propietarios de los 3 motores de búsqueda más grandes.
* Link juice: calidad del enlace.
* Long tail: palabras claves más específicas.
* Etiquetas META: código en el <head> de un documento HTML.
* Tráfico Orgánico: visitas que provienen de motores de búsqueda.
* PR (PageRank): medida de la popularidad de los enlaces de un sitio web.
* SERP (Search Engine Results Page): Las páginas web más relevantes de una consulta.
* Spider: bot que rastrea la web para indexar los sitios web.
* Stuffing: utilizar la misma palabra clave con demasiada frecuencia.