



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN
TECNOLÓGICA INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS

Dirección General de Educación Tecnológica Industrial y de Servicios

Dirección Académica e Innovación Educativa

Subdirección de Innovación Académica

Departamento de Planes, Programas y Superación Académica

Manual del Estudiante - Competencias Esperadas

OFIMÁTICA

Módulo V: Establece comunicación ofimática



Contenido

Módulo V. Establece comunicación ofimática.....	4
Submódulo 1. Gestiona Información a través de plataformas digitales	4
Parcial 1	4
Tema 1.1 Actividad 1	4
Tema 1.2 Actividad 2	4
Tema 1. 3 Actividad 3	8
Tema 1.5 Actividad 5	17
Parcial 2 Administración contenidos en páginas electrónicas	20
Tema 2.1 Actividad 6	20
Tema 2.2 Actividad 7	21
Tema 2.3 Actividad 8	21
Tema 2. 4 Actividad 9	22
Parcial 3 Administración contenidos en páginas electrónicas	24
Tema 3.1 Actividad 10	24
Tema 3.2 Actividad 11	25
Tema 3,3 Actividad 12	32
Tema 3.4 Actividad 13	32
Tema 3. 5 Actividad 14	33
Tema 3.6 Actividad 15	33
Tema 3.6 Actividad 16	34
Módulo V. Establece comunicación ofimática.....	35
Submódulo 2. Establece comunicación y gestiona información mediante el uso de dispositivos móviles	35
Parcial 1 Gestiona información mediante el uso de dispositivos móviles.....	35
Tema 1.1 ACTIVIDAD 1. Presentación de la materia	35
Tema 1.2 ACTIVIDAD 2. Examen Diagnóstico.....	37
Tema 1.3 Actividad 3. Historia de la Tecnología Móvil, definición y características de los Dispositivos Móviles.....	38
Tema 1.3.....	41
Tema 1. 4 Actividad 4	42
Tema 1. 5 Actividad 5	43
Tema 1.6 Actividad 6:.....	46





Tema 1.7 ACTIVIDAD 7. Lenguajes para programar en Android.....	48
Tema 1.8 Actividad 8: Identifica las amenazas principales de los dispositivos móviles	53
Tema 1.9 Actividad 9: A través de este cuestionario identifica tus nuevos aprendizajes de dispositivos móviles	58
Tema 1.10.....	59
Parcial 2 Gestiona información mediante el uso de dispositivos móviles.....	60
Tema 2.1 Actividad 11: ¿QUÉ ES APP INVENTOR?	60
Tema 2.2 Actividad 12: ENTORNO GRÁFICO DE APP INVENTOR	63
Tema 2.3 Actividad 13 Elementos de programación en App Inventor.	65
Tema 2.4 Actividad 14 : Cuestionario “Lo que he Aprendido en clase”	68
Tema 2.5 Actividad 15 : Caso práctico 1.....	69
Parcial 3 Establece comunicación mediante el uso de dispositivos móviles	71
Tema 3.1.....	71
Sensor Lector código de barra.	71
Tema 3.2 De voz a texto.....	74
Tema 3.3.....	77
Adivina el número.	77



Carrera: Ofimática Semestre: 6°

Módulo V. Establece comunicación ofimática

Submódulo 1. Gestiona Información a través de plataformas digitales

En este Manual del estudiante, se encontrarán las indicaciones y el material escrito necesario para la elaboración de cada una de las siguientes actividades

Parcial 1. Modela páginas electrónicas

Tema 1.1 Actividad 1: En tu libreta investiga y escribe con tus propias palabras la definición de:

1. Página web.
2. Derechos de autor.
3. Políticas de publicidad.

Nota. Esta actividad sirve para identificar si conoces alguno de los conceptos que serán abordados en el curso, por lo tanto, no se evalúa.

Tema 1.2 Actividad 2





Material de apoyo de la actividad 2

Fuente original: <https://www.websitetooltester.com/es/programas-para-crear-paginas-web/>

10 mejores programas para crear páginas web en 2020: ¡Analizados!

N.º	CREADOR WEB	PRECIOS	COMENTARIOS
1	 Wix Diseños sin igual  PRUÉBALO GRATIS	<ul style="list-style-type: none"> • Gratis: \$0 MXN • Connect Domain: \$55 MXN • Combo: \$109 MXN • Ilimitado: \$280 MXN • Business y eCommerce: desde \$215 MXN <p>> Información sobre los planes</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Excelentes plantillas ✓ Muy flexible ✓ Potentes herramientas adicionales de marketing ✓ Amplio mercado de apps ✓ Wix ADI <ul style="list-style-type: none"> ✗ Precio ✗ Sin cambios de plantilla ✗ Los sitios con mucho contenido multimedia pueden cargar más lentamente en el móvil <p>> Más información</p>



<p>2</p>	 <p>Webnode</p> <p><i>El creador web poliglota</i></p> <p>4.3</p> <p>PRUÉBALO GRATIS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gratis: 0 MXN • Limited: 54 MXN • Mini: 89 MXN • Estándar: 178 MXN • Profesional: 297 MXN <p>> Información sobre los planes</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sitios multilingües ✓ SEO excelente ✗ No apto para el comercio electrónico ✗ Blog básico ✗ Faltan funciones <p>> Más información</p>
<p>3</p>	 <p>Jimdo</p> <p><i>Un creador de páginas web rapidísimo</i></p> <p>4.2</p> <p>PRUÉBALO GRATIS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Play: \$0 MXN • Start: \$9 • Grow: \$15 • Grow Legal: \$- • Unlimited: \$39 <p>> Información sobre los planes</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Facilidad de uso ✓ Diseños atractivos ✓ Versión para móviles ✓ Velocidad de carga ✗ Funciones limitada ✗ Pocas opciones de SEO ✗ Flexibilidad en el diseño <p>> Más información</p>
<p>4</p>	 <p>Prueba GoDaddy</p> <p><i>Nuevo creador web, los mismos problemas de siempre.</i></p> <p>4.2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Personal: \$129.99 MXN • Comercial: \$199.99 MXN • Comercial Plus: \$299.99 MXN • Tiendas online: \$349,99 MXN 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plantillas adaptables para móviles ✓ Facilidad de uso ✗ Blog es demasiado básico ✗ Pocas plantillas ✗ Mal soporte <p>> Más información</p>
<p>5</p>	 <p>SQUARESPACE</p> <p>Squarespace</p> <p><i>Perfecto para blogs</i></p> <p>4.1</p> <p>PRUÉBALO GRATIS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Personal: \$16 US • Business: \$23 US • Tienda online (Basic): \$27 US • Tienda online (Advanced): \$49 US <p>> Información sobre los planes</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plantillas y diseño ✓ Comercio electrónico con usuarios registrados ✓ Aplicaciones móviles ✓ Blog muy sólido ✗ Usabilidad del Editor ✗ Un nivel de sub-navegación ✗ No tiene vista previa <p>> Más información</p>

6	 eCommerce by Square Weebly <i>Más fácil imposible</i> 4.1 PRUÉBALO GRATIS	<ul style="list-style-type: none">• Gratis: \$0 MXN• Pro: \$120 MXN• Business: \$250 MXN <p>> Información sobre los planes</p>	<ul style="list-style-type: none">✓ Facilidad de uso✓ Plantillas adaptables✓ Centro de aplicaciones✓ Gestión de equipos✗ Diseños inflexibles✗ Páginas multilingües <p>> Más información</p>
7	 IONOS MyWebsite <i>El chico para todo</i> 4.0 PRUÉBALO GRATIS	<ul style="list-style-type: none">• Starter: \$200 MXN• Plus: \$250 MXN• Shop Starter: \$250 MXN• Shop Plus: \$450 MXN	<ul style="list-style-type: none">✓ Sitios multilingües✓ Soporte telefónico, chat✓ Copias de seguridad✓ Permite importar blogs✗ Sin plan para página web gratis✗ Marketing agresivo <p>> Más información</p>
8	 WordPress.com <i>Para principiantes</i> 3.9	<ul style="list-style-type: none">• Gratuito : 0€• Personal : \$45 MXN• Premium : \$135 MXN• Business : \$405 MXN• eCommerce : \$729 MXN	<ul style="list-style-type: none">✓ Plan gratis✓ Mantenimiento✓ Soporte✓ eCommerce✗ No es la forma más barata de tener una web hecha con WordPress✗ Nos es lo más intuitivo <p>> Más información</p>
9	 Prueba Zyro <i>Un creador parecido a Wix</i> 3.9	<ul style="list-style-type: none">• Website: \$80 MXN al mes.• Business: \$145 MXN al mes.	<ul style="list-style-type: none">✓ Editor y plantillas✓ Precios✓ IA✓ Multilingüe✗ Blog✗ No tiene plan gratuito <p>> Más información</p>



10	 Prueba Site123 <i>Bueno con los idiomas</i> PRUÉBALO GRATIS	<ul style="list-style-type: none"> Gratis: 0€ Basic: 11,87€ Advanced: 15,58€ Professional: 21,14€ Gold: 26,70€ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Permite varios idiomas ✓ Plan para página web gratis ✓ Facilidad de uso ✗ Anuncios ✗ Diseños y flexibilidad ✗ Acceso limitado <p>> Más información</p>
11	 One.com <i>El creador web económico</i> PRUÉBALO GRATIS	<ul style="list-style-type: none"> Principiante: \$33,50 MXN Premium: \$7.48 Tienda online: \$16.99 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Muy barato ✓ Plantillas adaptables ✗ Sin blog integrado ✗ Soporte mejorable <p>> Más información</p>
12	 Pagina.mx <i>Buena para idiomas</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Gratis: 0 \$ MXN Premium: 61 \$ MXN Profesional: 122 \$ MXN 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Buen ecommerce ✓ Variedad de funciones ✗ Diseños anticuados ✗ Relativamente caro ✗ Complicado de usar <p>> Más información</p>

De la lectura anterior, la cual fue presentada por el Docente, analiza las herramientas en línea para crear páginas web, identifica sus características, ventajas y desventajas. Con tus compañeros en equipos, comenta tus ideas y escucha las de ellos, como actividad de conclusión elabora en tu libreta, un mapa mental de las diferentes herramientas para crear páginas web. Si tuvieses oportunidad de consultar otros documentos lo puedes hacer para incrementar tus conocimientos.

Lista de cotejo para Evaluar, la elaboración del mapa mental,

Elaborar un mapa mental de las herramientas en línea para crear páginas web Sugerencia de evaluación			
Indicadores	Calificación	Si	No
¿Es fácil de identificar la idea central en el mapa mental?		20%	





¿Identifica las metas y objetivos en el proceso de construcción del conocimiento?	20%
¿Existe una representación semántica de las conexiones entre la información empleada?	20%
¿La información se encuentra ordenada en categorías, jerarquías y relaciones?	20%
¿Incluye contenidos de diversos campos de conocimiento y los relaciona con la vida cotidiana?	20%

Tema 1. 3 Actividad 3

Utilizando la siguiente lectura, la cual será presentada por el Docente, analiza los requerimientos necesarios para, en línea crear páginas web, identifica sus características, ventajas y desventajas. Con tus compañeros en equipos, comenta tus ideas y escucha las de ellos.

Elaborar una **infografía** sobre los aspectos a considerar en el diseño de una página web, a partir de los requerimientos del cliente.

Propuesta de Evaluación				
NIVEL DE LOGRO	EXCELENTE (3)	REGULAR (2)	INSUFICIENTE (1)	(0)
Partes de la infografía (título, texto explicativo, gráficos, fuente, créditos)	Incluyó todas las partes indicadas de una infografía.	Incluyó al menos cuatro de las partes que forman parte de una infografía	Incluyó dos o menos de las partes que forman parte de una infografía	No presenta
Coherencia y pertinencia	Todas las gráficas están relacionadas al tema y lo hacen fácil de entender.	Todas las gráficas están relacionadas al tema y la mayoría lo hacen fácil de entender.	Todas las gráficas están relacionadas al tema.	No presenta
Organización de la información	El tema es claro y bien enfocado. Destaca la idea principal y es respaldada con información detallada.	La idea principal es algo clara, se necesita mayor información de apoyo.	La idea principal no es clara.	No presenta
Diseño de la infografía	Los diagramas e ilustraciones son ordenados y precisos, se combinan perfectamente	Los diagramas e ilustraciones no son ordenados ni precisos y rara vez se combinan con el texto para	Los diagramas e ilustraciones no son ordenados ni precisos y no se combinan con el texto para	No presenta



	con el texto para mejorar el entendimiento del tema.	mejorar el entendimiento del tema.	mejorar el entendimiento del tema.	
Creatividad	Los gráficos usados en la infografía reflejan un excepcional grado de creatividad del estudiante.	Uno o dos de los gráficos usados en la infografía reflejan la creatividad del estudiante.	Los gráficos están basados en el diseño e ideas de otras personas.	No presenta

Material de didáctico de apoyo para la actividad 3.

Fuente original: <https://edwinbernal.co/web-diseno-web-empresas20-portales-web-webmasters/como-hacer-el-listado-de-requerimientos-para>

**COMO HACER EL LISTADO DE REQUERIMIENTOS PARA CONTRATAR UN PROYECTO WEB
CONSIDERACIONES PREVIAS**

Aquí la regla son los detalles, las generalidades frente a cada tema dejan mucho a la imaginación. Si no dispone de conocimientos del tema, busque ayuda, pregunte sin vergüenza, tenga en cuenta que los requerimientos no necesariamente deben ser específicos, así si tiene dudas frente a cómo hacer algo, seguro tiene claro lo que quiere, y puede escribir cosas como por ejemplo: “Buscamos solucionar los problemas de búsqueda y mantenimiento de información con nuestros call centers a través de una solución web.....” luego detalla aspectos del funcionamiento de la organización, y listo, siéntese y aprenda, porque quien cotice debe explicarle con calma.

A menos que Conozca sus requerimientos técnicos, procure manejar siempre un lenguaje y más comercial y de mercadeo que términos técnicos, Así invitará al proponente a que sea una solución metodológica y comercial contra algo que se arreglé técnicamente y ya.

NUNCA solicite que le coticen un sitio usando la frase: “Quiero que me cotice un sitio igual a...”, nada más impreciso que eso; por varias razones:

1. El que va a cotizar lo sobredimensiona, y así mismo lo cobra, o peor aún, se lo dimensiona muy básico.
2. Porque como usted no tiene claro las dimensiones del proyecto y siempre le parecerá muy caro.
3. El solo levantar los requerimientos representa un tiempo y un costo, pocas empresas se atreven a hacer un trabajo por el que no recibirán ninguna remuneración para que después usen esos requerimientos para pedir la cotización a otro.

Hay requerimientos que son tan obvios, que hasta se vuelven ambiguos, “requerimos un sitio dinámico” (aún me pregunto sí hablan de movimiento o de accionar, o es la integración de un lenguaje de servidor y la base de datos. ¡Dinámico es tanto que no es nada!), “interactivo” (¿que puedan hacer clic?, o la empresa se va a comprometer a interactuar con el usuario, de qué manera?), “navegable” (¿quién quiere un sitio que no se pueda navegar?), “amigable” (ok. Que el sitio no sea “tosco”).





Ese tipo de términos hacen parte de esas generalidades que se espera evitar cambio dinámico por animaciones, o por CMS o por... (¡No se aún que será dinámico!) Interactivo por herramientas de interacción y cuales, navegable por cumplimiento a requerimientos mínimos de navegación y usabilidad, amigable x diseño centrado en el usuario.

LOS REQUERIMIENTOS

Agrupados por temáticas no son una regla para todo proyecto, como dice una marca que odio “saca la bueno” o mejor, ¡lo que te sirva!

REQUERIMIENTOS GENERALES

Acá coloque el fin último, y siempre he pensado que una página web no lo es, vender online, integrar, aumentar el mercado objetivo, llegar a nuevos targets, asegurar posición en el mercado, Publicar información actualizada de, etc, etc. Todo esto le da la oportunidad de escuchar más opciones y posibilidades.

REQUERIMIENTOS EN CUANTO A SERVICIOS

Considere lo que realmente le sirva, y que a la vez tiene o la capacidad instalada para mantenerlo o que mediante la propuesta esperada poder mantenerlo, de la misma forma como estos servicios se integran con la organización y sus actuales sistemas...

Chat

Foros

Blogs

Subastas

Crm

Tiendas en línea

Usuarios y comunidades

Galerías

Calendarios

Encuestas

Sistemas e-learning

Listas de correos (diseño, envío, monitoreo)

REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

Toda la información técnica relacionada posible que pueda dar, servidores web, servidores mailing. Lenguajes, Versiones, programas, distribución geográfica, archivos fuente.

Aquí evite los matrimonios impuestos, es decir que sí ha elegido previamente una plataforma que sea por algo más que un “está es la mejor”, infórmese bastante antes de, y permítase escuchar posibilidades.





REQUERIMIENTOS DE PROPIEDAD LEGAL

Lea sobre este tema, y preste atención a detalles como propiedad legal, intelectual, acceso a los archivos fuente, infórmese de los tipos de licenciamiento, y con esa información haga el requerimiento, recuerde no todo tiene que ser necesariamente suyo.

REQUERIMIENTOS DE CONTENIDO Y SU CREACIÓN

Varios temas claves

Pregúntese de donde saldrán los textos, videos, fotos, infografías, etc.

De acuerdo a eso aquí incluya los requerimientos en cuanto a la facilidad para crear, publicar y mantener la información del portal, sumado a las capacidades esperadas, volumen de información a publicar con las extensiones de la misma: videos, mapas, calendarios, animaciones, realidad aumentada, qr code, etc.

Tenga también en cuenta de quién es la labor de creación, edición, publicación y mantenimiento del contenido, seguramente esto también haga parte de la propuesta esperada.

Solicite un editor de contenidos de tipo Wisywig, que facilite el pegar contenido de cualquier aplicación de texto, y también edición del html.

El contenido permita colocar el texto de introducción y el texto extendido.

El texto podrá ser archivado, despublicado, borrado, o despublicado

El contenido puede ser publicado por diferentes autores, discriminados por secciones del sitio, y por niveles de autor, editor, publicador.

Si requiere, que el contenido pueda manejar “versionamiento”, es decir que se pueda actualizar y/o volver a versiones anteriores.

Aquí podría incluir si el sitio es multi-idioma

REQUERIMIENTOS EN ECOMMERCE

Si está considerando un portal transaccional, sistemas de pagos, o de reservas, tenga en cuenta quien, como y á que costo se ofrecerá, integrara y mantendrá a pasarela de pagos, la distribución del producto, los reportes y la integración con su

organización (inventario, CRM, contabilidad, etc.). Detalle también la información esperada dentro de la tienda por cada producto (aquí se aplica lo relacionado con requerimientos de contenido)

REQUERIMIENTOS EN DISEÑO

- Como puede notar, el diseño no lo es todo, afecta muchos temas de AI, usabilidad, navegabilidad, factores SEO, accesibilidad, así que algunos temas se detallan más abajo. Algunos requerimientos comunes de diseño son:
- Diseño centrado en el usuario, con previa presentación de estudios a usuarios meta, benchmarking, estructuras de contenido, wireframes, paletas de colores, tipografías, prototipos de diseño... etc.
- Plantillas diseñadas idealmente sobre HTML5 y CSS3
- Compatibilidad para múltiples browsers y versiones



- Validación de código CSS y HTML.
- 4. Acceso a los archivos fuente de los archivos de diseño
- 5. Integración con los manuales de diseño corporativos.
- 6. Cantidad de animaciones,
- 7. Cantidad de infografías,
- 8. Optimización para dispositivos móviles

REQUERIMIENTOS EN CUANTO A NAVEGACIÓN Y USABILIDAD

1. Definición de tag-line para la organización
2. Indicadores de posición en menús
3. Indicadores de estado en links
4. Rutas de migajas
5. Motor de búsqueda
6. Mapa del sitio
7. Preguntas frecuentes
8. Múltiples sistemas y espacios de contacto.
9. Espacio para contenidos relacionados
10. Áreas de banners (con sistema de administración de pauta)
11. Links en títulos de contenido
12. Reconocimiento visual de enlaces en contenido.

REQUERIMIENTOS EN CUANTO A SEO

Diría que es la suma de las anteriores más, sin embargo:

1. Urls amigables
2. Marcado semántico de plantilla y de contenidos
3. Páginas de error personalizadas 404.
4. Titles personalizables.
5. Etiquetas Meta diferentes y personalizables para todo el sitio
6. Acceso a los sistemas de estadísticas del tipo Google Analytics, Google y Bing Webmaster Tool, Omniture, etc.

REQUERIMIENTOS EN SOCIAL MEDIA

Esta es muy extensa, por lo que solo detallare aspectos generales relacionados con el portal web, no los aplicados a estrategia y/o campañas

1. Sistemas Rss para general y/o independiente por categorías
2. Colocación de los espacios y accesos a las redes de la organización
3. Colocación de opciones para compartir contenido

REQUERIMIENTOS PARA LISTAS DE CORREO

Considere la plataforma de envíos, el servidor, el diseño de las piezas, el envío, la respuesta, el monitorio y la retroalimentación.





REQUERIMIENTOS EN METODOLOGÍA DE TRABAJO

Aparentemente lo obvio, el contrato, la experiencia del cotizante, los papeles a entregar, la forma de pago, los entregables, el cronograma de actividades y fechas de entregables (agregado gracias a comentario), los medios y espacios de comunicación, las memorias de las reuniones, los responsables del proyecto, la creación de una guía de publicación,

Tema 1.4 Actividad 4

Utilizando el siguiente material, elabora un informe o ensayo sobre el tema de los derechos de autor y políticas de publicidad en el desarrollo de una página web.

Propuesta de evaluación				
NIVEL DE LOGRO	EXCELENTE (3)	REGULAR (2)	INSUFICIENTE (1)	DEFICIENTE (0)
INTRODUCCIÓN	El ensayo contiene una tesis original e interesante que está presentada de manera clara, concisa y enérgica.	El ensayo contiene una tesis sólida que está presentada de manera clara y concisa, pero podría expresarse de manera más interesante.	La tesis es un poco vaga y podría presentarse de manera más clara y concisa.	No se comprende cuál es la tesis
ANÁLISIS	El escritor ha hecho un análisis profundo y exhaustivo del texto.	El escritor ha hecho un buen análisis del texto, pero no ha tenido en cuenta algunos aspectos menos importantes.	El escritor ha analizado algunos aspectos, pero faltan otros que son importantes	El escritor sólo ha hablado del texto superficialmente
ORGANIZACIÓN	Todos los argumentos están vinculados a una idea principal (tesis) y están organizados de manera lógica.	La mayoría de los argumentos están claramente vinculados a una idea principal (tesis) y están organizados de manera lógica.	La mayoría de los argumentos están vinculados a una idea principal (tesis), pero la conexión con ésta o la organización no es, en algunas veces ni clara ni lógica.	Los argumentos no están claramente vinculados a una idea principal (tesis).
INFORMACIÓN	Toda la información presentada en el trabajo es clara, precisa, correcta y relevante.	La mayor parte de la información en el trabajo está presentada de manera clara, precisa y correcta.	La mayor parte de la información en el trabajo está presentada de forma clara y precisa, pero no es siempre correcta o relevante. Hay	Hay varios errores de información, y ésta no queda siempre clara. O, el trabajo es un mero resumen de trama sin



			demasiado resumen de la trama sin análisis, o se incluye demasiada biografía del autor	ningún análisis.
ESTÍLO GRAMÁTICAL	El trabajo está muy bien escrito, con corrección gramatical, y un estilo formal apropiado.	En general, el trabajo está bien escrito, pero hay algunos errores de gramática o problemas de estilo que no dificultan la comprensión	El trabajo se comprende en general, pero hay varios errores que dificultan la comprensión.	Es muy difícil comprender lo que quiere decir el

Material de didáctico de apoyo para la actividad 4

Fuente original: http://www.indautor.gob.mx/accesibilidad/accesibilidad_autor.html

DERECHOS DE AUTOR

¿Quién es autor?

Toda persona física que crea una obra literaria y artística.

¿Qué es el Derecho de Autor?

Es el reconocimiento que otorga el Estado a todo creador de obras literarias y artísticas, en virtud del cual el autor goza de derechos de tipo personal, llamado derecho moral y económico llamado derecho patrimonial.

Derecho Moral

Consiste en el derecho de todo autor a ser reconocido como tal, a decidir el momento de la divulgación y evitar deformaciones o mutilaciones a su obra, entre otras. Es inalienable, imprescriptible, irrenunciable e inembargable.

Derecho Patrimonial

Consiste en la facultad que tiene el autor para explotar por sí mismo su obra, así como para autorizar o prohibir a terceros dicha explotación en cualquier forma dentro de los límites que establece la Ley Federal del Derecho de Autor. Este derecho es transmisible por escrito y debe ser oneroso y temporal.

¿Qué es una obra?

Es toda creación original susceptible de reproducirse por cualquier medio o forma.

¿Qué vigencia tiene el Derecho de Autor?

La vida del autor y 100 años después de su muerte, con las excepciones y salvedades que establece la Ley.

¿Qué tipo de obras protege el Derecho de Autor?

- Literarias.
- Musicales con o sin letra.
- Dramáticas.
- Danza.
- Pictóricas o de dibujo.





- Escultóricas y de carácter plástico.
- Caricatura e historieta.
- Arquitectónicas.
- Cinematográficas y Audiovisuales.
- Programas de radio y TV.
- Programas de cómputo.
- Fotográficas.
- Obras de arte aplicado (incluyen diseño gráfico o textil).
- Obras de compilación.
- Las demás que por analogía se puedan incluir en la rama más afín a su naturaleza.

¿Dónde puedo asesorarme en materia de Derecho de Autor?

Por teléfono o bien acudiendo al Instituto.

¿Cuáles son las principales funciones del Indautor?

1. La inscripción de obras literarias y artísticas.
2. La inscripción de actos, convenios y contratos por los cuales se transmitan derechos patrimoniales.
3. Asesorar en materia de Derecho de Autor y Derechos Conexos.
4. El otorgamiento de reservas de derechos
5. Otorgar el Número Internacional Normalizado del Libro o ISBN, y el Número Internacional Normalizado para Publicaciones Periódicas o ISSN.

INFORMAUTOR

(55) 3601 8210 | (55) 3601 8216

Del interior de la República sin costo: 01800 2283 400

Puebla #143, Col. Roma Norte, 06700, México, D.F. www.indautor.gob.mx

Material de didáctico de apoyo para la actividad 4

Fuente original: <https://www.grupoasv.com/politicas/publicidad-relaciones-publicas>

POLÍTICA PUBLICIDAD, INFORMACIÓN CORPORATIVA Y RELACIONES PÚBLICAS

1. Características generales de las políticas de Marketing

Las características generales de las políticas de Marketing son:

- Servir de guía u orientación a las estrategias, tácticas y acciones de Marketing.
- Estar alineado al Plan Estratégico.
- Se relacionan con los valores del Grupo, los complementan y los refuerzan.

2. Política en materia de Publicidad, Información Corporativa y Relaciones Públicas

1. Publicidad:

- La publicidad proporcionada no discriminará por sexo, religión ni etnia.
- La publicidad se desarrollará en función de lo estipulado en el plan de marketing, que a su vez estará alineado con el plan estratégico de la Organización.
- La publicidad se orientará al mercado en general o a un público objetivo, si bien nunca denigrará a otros segmentos de la población.



- No se realizará publicidad engañosa o que pueda crear una sensación de incumplimiento de compromisos con nuestros clientes.
- No se realizará publicidad desleal, ni contra productos sustitutos ni con la competencia.
- La publicidad buscará primordialmente potenciar la imagen de alta calidad en los productos y/o incrementar la notoriedad de las distintas marcas dentro del Grupo.
- Se evitará aludir a circunstancias dramáticas para la persona derivados de no adquirir nuestros productos, como la sensación de miedo o indefensión ante cualquier situación.
- La publicidad proporcionada no utilizará argumentos basados en la superstición o contrarios a las normas de salud o Medioambientales ni escenas explícitas de contenido sexual o violento.
- Como norma general, no se realizará publicidad o contratará elementos de merchandising con empresas propiedad o vinculados a los trabajadores de la empresa y sus familiares, excepto que el beneficio para la Organización así lo argumente.
- En todo momento se cumplirá la legislación vigente en cada país en cuanto a normativa publicitaria, así como las leyes relacionadas que faculten el envío de publicidad a las Bases de Datos en poder de la empresa (por ejemplo, la Ley de Protección de Datos Personales en España).

2. Información Corporativa:

- Dentro de información Corporativa entenderemos toda aquella información publicada sobre la Organización independientemente del Medio utilizado. De este modo, consideraremos información corporativa una Nota de Prensa emitida sobre la publicación de los datos de facturación, un artículo elaborado sobre un producto o una comparativa sobre tarifas entre nuestro producto y la competencia.
- La información corporativa que se publicará será siempre “cierta” y elaborada con rigor. Se solicitará la colaboración de los departamentos necesarios para generar y contrastar la misma.
- La información corporativa se expresará siempre sobre la base de la “humildad”, sin pretender fingir falsos liderazgos, aunque sin la necesidad de esconder nuestros puntos fuertes.
- A través de la Comunicación Corporativa trataremos de potenciar la imagen de calidad de nuestra Organización, en términos de Imagen, y de nuestros productos. La calidad en los productos y servicios será una orientación primordial básica pues permitirá devolver a nuestros clientes, en aquellos momentos que lo necesiten (acontecimiento de un siniestro), la confianza depositada en nosotros. En las comunicaciones corporativas no olvidaremos que dentro del grupo existen diversas actividades económicas con lo que debe acompasarse la Comunicación a sus características particulares. La información corporativa no contendrá comparativas con la competencia o sus productos que tengan como objetivo el agravio de los mismos.

3. Relaciones Públicas:

1. La labor de Relaciones Públicas se realizará sobre la base de la garantía de los compromisos a nuestros clientes y la privacidad de sus datos, así como la intención de establecer relaciones de confianza, estabilidad y solidez con nuestros clientes.
2. La relación con la Organización se establecerá con el cumplimiento de criterios éticos básicos y con la potenciación de los valores de la Familia, el cuidado del Medioambiente y el cumplimiento de los Derechos Humanos.
3. La relación con la Competencia se guiará por el criterio del respeto, la humildad y la cordialidad.
4. Se respetará, en todo caso, el Código de Conducta de la Organización.

Tema 1.5 Actividad 5:

Elaborar un esquema: Sobre el tema de **La Evolución de las tecnologías para el diseño web**. Completa el esquema, anota las características de cada generación. Utiliza el siguiente material

Aspecto a evaluar	Evaluación sugerida		
	Si	No	Pts
Identifica las características de cada generación		5	
No presenta errores ortográficos		5	
Presenta el esquema sin borrones		5	

Material de didáctico de apoyo para la actividad 5

Fuente original: <https://tecnologiayusabilidadweb.wordpress.com/antecedentes-2/evolucion-de-las-tecnologias-para-el-diseno-web/>

Evolución de las tecnologías para el diseño web

El diseño web inicial fue mejorando y pasando por distintas etapas de tecnologías, especialmente debido a mejoras en la tecnología, hardware y software. Estos cambios han formado hoy en día 5 generaciones del diseño web.

Primera generación de diseño web.

El primer diseño web de una página se realizó en 1993, la página web tenía el nombre Mosaic, y en menos de un año había adquirido más de 2 millones de visitas. El navegador web era capaz de mostrar tanto imágenes como textos, aunque con una restricción muy alta al momento de graficar la información de la página web. El diseño web de estas páginas era lineal, estático y estaba dirigido a científicos que eran los usuarios que compartían su información alrededor del mundo a través de estas páginas web. La tecnología de los



navegadores web estaba muy limitada y no tenía la capacidad de pasar información gráfica para la comunicación visual.

Las principales características de esta primera generación de diseño web eran las velocidades de transferencia de datos, ya que era una conexión vía Módem, lo que restringía el peso de las páginas web. Otro detalle era el uso de monitores monocromos (o de un solo color). Respecto al diseño web en específico, la estructuración era muy desordenada con imágenes colocadas horizontalmente y líneas de texto separadoras.

Debido a esta desorganización en el diseño web, un año más tarde se estableció un consorcio para establecer unas normas y pautas para el futuro desarrollo de la web, el W3C. Se comenzaron entonces a desarrollar unos estándares de lenguaje de marcado de hipertexto o HTML (del inglés hypertext markup language) para una unificación del diseño web que trajo consigo la aparición de una serie de navegadores web con el constante desarrollo de nuevas funcionalidades y progresos en este ámbito.

El W3C o Consorcio World Wide Web fue creado para evitar que las grandes compañías monopolizaran el código de diseño web. Si hubiera existido sólo una empresa capaz de controlar la codificación web y el diseño, la historia de internet y diseño web habría sido diferente. Actualmente el W3C sigue siendo responsable de gobernar las técnicas de codificación, normas y directrices. El W3C también actualiza los diseñadores web a los cambios que tendrá que realizar. Es importante para los diseñadores de seguir las directrices establecidas por el organismo para que el sitio funcione coherentemente en los buscadores y navegadores sin errores.

Segunda generación de diseño web

El diseño web de esta generación está basado en los conceptos de la primera salvo por que empieza a utilizar iconos en lugar de algunas palabras, las páginas web comienzan a poseer imágenes de fondo, aparece el diseño y uso de botones con relieve para la navegabilidad, el uso de banners en lugar de cabeceras, la estructuración de texto de forma jerárquica mediante menús o listados, propiedades del código HTML Standard definido.

La aparición de estos elementos gráficos en el diseño web generó un deseo de todos los diseñadores de añadir estos archivos en sus páginas web, pero sin control, lo que generó una saturación en las páginas web, sin tener en cuenta la accesibilidad ni la usabilidad. Aun así, seguía habiendo algunos diseñadores que utilizaban estos elementos de manera correcta para generar unos diseños innovadores y llenos de elegancia, usando correctamente tanto etiquetas como el resto del código HTML. Se comenzaron a usar tablas para la organización de los contenidos, posicionamiento de los elementos y generación de diseño y maquetación similar a libros o revistas.

En esta generación está la aparición de monitores y tarjetas gráficas con mayores resoluciones y definición de color, lo cual generó la consecuente mejora en la calidad del diseño web.

Pero apareció un problema, la diferencia en la adaptación de estándares de los 2 principales navegadores: Internet Explorer y Netscape Navigator.





Fue durante 1992 a 1994 que otros desarrolladores comenzaron a agregar sus propios pedazos de códigos HTML. Así, para evitar la confusión de las etiquetas cada vez mayores en HTML 1, el HTML 2 nació. El Internet era más rápido que antes, y los diseñadores web tenían más capacidades de trabajar con HTML. La codificación se convirtió en un poco más complicado, y los gráficos eran más frecuentes.

Tercera Generación del diseño web

En la tercera generación, el diseño web sigue teniendo muchas restricciones con el uso del lenguaje para los dos navegadores web. El diseño web se orienta en esta generación a los diseñadores, los cuales tienen mucho más dinamismo al aparecer el complemento (o plugin en inglés) de Macromedia Flash, el cual revolucionaría la concepción de diseño web.

Es una era de enfocar las páginas web según el objetivo de las mismas: vender productos o servicios, comunidades, información, noticias. Para esta especialización del diseño web de acuerdo al objetivo de las páginas se necesita ayudar al usuario a encontrar la información, generando una navegabilidad estructurada e intuitiva.

La gran mayoría de páginas web que aparecen en esta generación son de publicidad y venta de productos y servicios, con lo que este diseño es el más utilizado. Conseguir acercarle al producto, que deseen ver más páginas del sitio web.

En 1995, las etiquetas HTML surgieron aún más y HTML 3 nació. Los diseñadores ahora tienen la opción de utilizar tablas HTML B y hojas de estilo. Ese mismo año, Microsoft lanzó su propio navegador, Internet Explorer.

Durante este tiempo, los diseñadores tenían más libertad para personalizar y embellecer su diseño web. Tercera generación de sitios web en ese momento podían tener fondos de colores o estampados. También tenían imágenes animadas, gracias al formato de imagen Gif. Flash se introduce también, que llegó a reinventar la tecnología de diseño y cambió el paisaje del diseño web, de estático a dinámico.

Cuarta Generación de diseño web

En la cuarta generación, el diseño web ya está enfocado totalmente a la multimedia, integrando en las páginas web los elementos multimedia de última generación. Con usuarios de todos los tipos, cualquiera tiene una página web hoy en día y la variedad de diseño es enorme debido a todas las posibilidades que ofrecen las últimas tecnologías para los programadores. A esto se le puede añadir que las últimas versiones de los navegadores soportan muchas más prestaciones y elementos en las páginas web.

Además, aparte de HTML, los diseñadores web pueden jugar con otras herramientas de codificación como JavaScript, Flash, XML, CSS, etc. Gracias a estas tecnologías surgieron el nacimiento de las redes sociales, los blogs, los foros y el chat que incorpora audio y video.

Quinta Generación de diseño web

Actualmente se puede añadir una última generación de diseño web que representaría el auge de las páginas de televisión en línea (o TV online en inglés). Además del auge de la





computación en la nube (o en inglés Cloud Computing) que representa el modelo de tecnologías como por ejemplo los sistemas operativos en la nube, las aplicaciones web tales como editores de texto en web, administradores de contenido, etc.

HTML 5 es la quinta revisión del lenguaje HTML, y esta es la que se utiliza actualmente. HTML 5 es la solución a la mayoría de los problemas y errores de sintaxis encontrados en HTML 4 y XHTML 1.1. HTML 5 intenta definir un lenguaje de marcas, tanto para HTML y XHTML sintaxis. A causa de las adiciones notables, la necesidad de otros plugins, como vídeos, flash y Java se reduce considerablemente. HTML está mejorando y avanzando hacia todas las direcciones. HTML5 es compatible con varios navegadores como Mozilla Firefox, Apple Safari, Internet Explorer o Google Chrome

Parcial 2 Administración contenidos en páginas electrónicas

Tema 2.1 Actividad 6.

Un proyecto real creativo inicia así ¿qué se quiere hacer?, el estudiante define si será un producto o un servicio ¿cómo será esto? ¿cómo funciona?, identifica que caracterizará lo nuevo e innovador, fundamentos o justificación (misión, visión). ¿Cuál es la necesidad? ¿por qué? ¿para qué?, este proyecto tendrá algún beneficio tal vez impacto social, ¿cómo se identificarán las mejoras?, a quién va dirigido y cómo ayudará a cumplir los objetivos del proyecto, se alcanzarán los resultados de la propuesta de diseño.

El estudiante mediante la información obtenida de las distintas plataformas web para diseño en donde tuvo la oportunidad de investigar, podrá determinar si podrá cumplir con todas las expectativas de la propuesta en tiempo y forma mediante la organización de los tiempos para desarrollar actividades.

El estudiante realiza una reseña haciendo uso de las TIC que conteste todas las preguntas que definen a un proyecto real creativo y pueda ser desarrollado en una plataforma web a elección del estudiante para que sea práctica, fácil y amigable tanto para el usuario de quien la diseña como para el que usuario final que la utilizará.

El estudiante hará uso de los recursos materiales como computadora e internet, haciendo la búsqueda de la plataforma web elegida y registrarse como usuario de la misma para que le permita los accesos al diseño.

El estudiante puede iniciar en una plataforma web en tiempo de prueba, considerando mediante las ventajas de las herramientas que ofrece comprar la licencia o bien gratuita pero con la desventaja que no todas las herramientas para el diseño están disponibles y elevar la calidad de la página web a desarrollar aún así las herramientas básicas utilizadas podrían ayudarle a responder ¿qué se quiere hacer?.



Tema 2.2 Actividad 7.

El estudiante organizado en equipo de trabajo deberá ante la exploración de la plataforma web registrada responderá ¿cómo será esto? ¿cómo funciona?, identifica que caracterizará lo nuevo e innovador. Cuando el estudiante identifique los contenidos de los menú de la plataforma web en una dinámica de intercambio de ideas con su equipo identificará qué contenidos abordará para el diseño.

El estudiante mediante el uso de las TIC realiza una reseña de las opiniones, ideas, acuerdos y actividades que iniciarán, haciendo referencia a ¿Cuál es la necesidad? ¿por qué? ¿para qué? En este punto los estudiantes organizados deberán identificar los requerimientos del cliente, documentando en digital las necesidades detectadas en la propuesta.

Tema 2.3 Actividad 8.

El estudiante retomará la actividad 3 de este apartado para realizar una infografía que involucre la tramitología al que hace referencia La Ley Federal del Derecho de Autor y saber entender porque en este contexto se debe considerar el término de la legalidad de la página web. https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/122_010720.pdf

El equipo de trabajo se coordina para realizar la infografía y la reseña digital mediante el uso de las TIC el cual las imágenes le darán una idea de cómo organizar la información obtenida de la fuente investigada.



Tema 2. 4 Actividad 9.

A la hora de analizar una página web son muchas las métricas que tenemos que tener en cuenta y todas ellas son igual de importantes.



<https://www.seoptimer.com/es/blog/analizar-una-pagina-web-10-metricas/>

Cómo analizar una página web

Primero de todo un pequeño resumen recordatorio. La **analítica web** es la recopilación de los datos que dejan los usuarios al interactuar con un sitio web. Todos esos datos se recogen a través de herramientas como Google Analytics, las cuales se encargan de almacenar todos los datos para que tú puedas analizarlos y entender así cómo está funcionando tu web.

Estas herramientas agrupan dichos datos en una serie de métricas las cuales nos indican diferentes aspectos de nuestro sitio: cuánta gente entra en él, qué hacen una vez que han entrado, cuánto tiempo están... Para conocerlas todas hay que dedicarle mucho tiempo a la analítica web (no por nada hay certificaciones oficiales, másters, etc). Sin embargo, hay ciertas métricas que todo el mundo debería conocer para analizar una página web, aunque sea de la forma más básica.

Segundo Sesiones y visitas a la página. *Sesiones*: periodo de tiempo durante el cual un usuario interactúa con una página. *Visitas a la página*: número total de páginas vistas.



Tercero. Alcance e impresiones. *El número de veces que los usuarios ven un enlace a tu página web.*

Cuarto. Posición media. La posición de una página de nuestro sitio web en los resultados de búsqueda.

Quinto. CTR. Click Through Rate o Porcentaje de clics, es el número de clics que recibe un enlace, dividido por el número de veces que se ha mostrado.

Sexto. Porcentaje de rebote. *El porcentaje de sesiones de una sola página, es decir, sesiones en las que el usuario ha abandonado tu sitio en la página de entrada sin interactuar con ella.*

Séptimo. Engagement. *La relación de una empresa con su público (en caso, en el mundo online).*

Octavo. Conversiones. El número de veces que los usuarios realizan una acción en un sitio web que previamente ha sido fijada como objetivo de la campaña.

Noveno. ROI. *Return On Investment o Retorno de la inversión.*

Es la métrica clave para ver si nuestra inversión en publicidad online está siendo rentable o no. Es decir, ¿cuánta rentabilidad le estamos sacando a los esfuerzos online que estamos llevando a cabo? O, lo mismo pero del revés, ¿cuánto nos ha costado la conversión? Se calcula con una fórmula como la siguiente:

$$ROI = \frac{(\text{Ingresos} - \text{Inversión})}{\text{Inversión}} \times 100$$

¿Conocías alguna de las métricas para analizar una página web? ¿Crees que debería haber incluido alguna más?

El estudiante mediante el uso de las TIC podrá documentar los aspectos de la métrica que haya percibido en la exposición por el docente, lo más importante a considerar en este aspecto.



El estudiante debe saber por el docente de la importancia del trabajo en equipo para hacer de una idea un producto creativo e innovador y que las ideas de los demás importan mucho, en esa consideración se deja una lista de cotejo.



Lista de cotejo para el estudiante.

- ¿Muestra disposición para trabajar en equipo?
- ¿Se observa tolerante para aceptar ideas en equipo?
- ¿Se muestra interesado en compartir nuevas ideas?
- ¿Entiende que debe hacer en el equipo de trabajo?
- ¿Se observa tolerante a las críticas por sus aportaciones en el equipo?
- ¿Muestra apatía en el equipo de trabajo?
- ¿Siempre espera que le digan qué hacer?
- ¿Ante las aportaciones de las ideas en el equipo de trabajo se observa participativo?
- ¿Se siente acompañado en el equipo de trabajo?
- ¿Se muestra altamente interesado en trabajar en un proyecto web en equipo de trabajo?

Parcial 3 Administración contenidos en páginas electrónicas

Tema 3.1 Actividad 10.

El estudiante analiza las exposiciones de los temas sugeridos por el docente como propuesta además de que, él mismo puede hacer alguna idea que sea viable a desarrollar.

Las sugerencias son: a) Catálogo de ventas, b) Publicar temas sociales de interés general, c) Promover un negocio, d) Ventas en línea.





El docente motiva al estudiante y le presenta las sugerencias viables para diseñar una página web, haciendo referencia a la actividad 8 y actividad 9, en donde se informa de las condiciones las idóneas para ser innovador y productivo.

Tema 3.2 Actividad 11.

El docente explica en diferentes contextos bases para construir la página web y el estudiante identifica los elementos esenciales para construirla: <https://klawter.com>

1. Hosting
2. Dominio
3. Plataforma (plantillas, temas y constructores)
4. Pluggings wordpress
5. Estructura de la web
6. Textos
7. Imágenes.

Hosting

Empezamos con uno de los elementos esenciales de una página web, el alojamiento web o hosting. Un hosting es un servicio de alojamiento donde se almacenan todos los archivos y datos que contiene tu página web. Por ejemplo, si has guardado un documento de texto en tu ordenador, este se encuentra almacenado en tu disco duro, pues lo mismo pasa con una página web, esta se encuentra alojada en un espacio que es accesible desde cualquier parte del mundo.

Dominio

El dominio de una página web es un elemento web imprescindible, pues describe de manera concisa de qué va tratar tu web. Un dominio es un nombre único que se le asigna a un sitio web en internet. Es decir, el dominio web sería el equivalente a una dirección física. Haciendo una analogía: si el hosting es la casa, el dominio es su dirección.

Plataforma

Antes de empezar a crear una página web debes pensar en qué plataforma lo quieres hacer y cuánto tiempo puedes invertir en ella.

El estudiante revise nuevamente la actividad 2 y haga las consideraciones pertinentes para conocer algunas plataformas web para el diseño de su página, tomando los puntos de vista que se comentaron en el trabajo en equipo.

Una de las formas que te puedes plantear a la hora de desarrollar una página web es que te la cree un programador en código (HTML, CSS, JS, PHP...), pero para esto tienes que tener en cuenta la tarifa que te va a cobrar ese programador más la tarifa por hora cada vez que quieras hacer cambios a esa web.

Por otro lado, hay múltiples plataformas disponibles a la hora de desarrollar una página web que puedes gestionar tú mismo o encargarlas a una agencia como pueden ser:

- **WordPress:** Herramienta para crear y gestionar sitios web sin tener que programar y de una forma más visual, sencilla y rápida. Con esta plataforma, también conocida como CMS (Content Management System), puedes crear blogs, webs empresariales, tiendas online, periódicos digitales etc.
- **PrestaShop:** Gestor de contenidos de código abierto que te permite construir tu propio eCommerce sin necesidad de ser programador. Utiliza el lenguaje de programación PHP y para que esta tienda virtual pueda ser visitada debe alojarse en un hosting con un dominio.
- **Shopify:** Este CMS te permite crear una tienda online a tu gusto y no necesitas tener conocimientos de programación. Es una interfaz muy intuitiva y te viene con el hosting incluido, aunque no es de código abierto por lo que tendrás que pagar si quieres acceder a sus planes.
- **Magento:** Esta es otra plataforma de comercio electrónico de código abierto, a la que se le pueden añadir diseños adicionales y plugins. Este sistema es más difícil de manejar que los anteriormente mencionados y necesitas nociones básicas de programación, aunque por otro lado te permite crear un sitio totalmente a medida y tener control absoluto sobre las funcionalidades del canal de venta.

Truco: El gestor de contenidos más utilizado es WordPress.org, es fácil de gestionar y te presenta miles de plantillas y funcionalidades. Además, es un sistema bastante sencillo e



intuitivo, y en él puedes crear desde blogs o páginas más sencillas hasta webs más complejas para negocios.

Plantillas, temas y constructores

Una vez elegida la plataforma que más te convenga para tu tipo de negocio es hora de elegir con qué plantilla o constructor vas a hacer tu diseño web.

Los constructores o page builder se diferencian de las plantillas y temas de que estos se instalan como pluging. Estos constructores te permiten crear una página web con un diseño adaptable y con apariencia única para cualquier tipo de página web. Estos constructores cuentan con un soporte profesional detrás y se mantienen en continua actualización.

- Elementor
- Divi Builder
- Beaver Builder
- Visual Composer
- SiteOrigin Page builder

Ahora vamos con la **diferencia entre plantilla y tema**, que, aunque no es lo mismo, se parecen mucho.

Los temas son agrupaciones de plantillas, es decir, varias páginas webs ya montadas donde solo tienes que cambiar los elementos que hay dentro por los que tú quieras (imágenes, textos, etc.). El tema incluye textos, encabezados, estructuras, pies de página, menús, colores, tipografía, márgenes, sangría, espaciados entre líneas. Es una forma muy sencilla de crear una web, ya que, en muy poco tiempo y con algunos cambios tendrás una web con una apariencia profesional y trabajada.

Una plantilla es la estructura y apariencia de una página en tu sitio. Es una página web prediseñada, que podrás adquirir a muy poco coste, incluso gratis, desde tu plataforma.

Las plantillas presentan más limitaciones que los constructores a la hora de personalizar una página web. Por eso, debemos elegir el constructor adecuado fijándonos en criterios



de usabilidad, funcionalidad, personalización, tiempo de carga, SEO y soporte y actualizaciones.

Truco: puedes combinar un constructor con las plantillas y tendrás una página web totalmente profesional. Además, si eliges un tema, crea una copia y trabaja sobre el tema “hijo” para que ante cualquier fallo o cambios en las actualizaciones no pierdas las funcionalidades del tema.

Plugings wordpress

Los plugins son extensiones que amplían las funciones de la página web. Es decir, son aplicaciones que contienen determinadas características que ayudan a mejorar tu WordPress. Existen plugins para todo lo que puedas imaginar:

- Diseño
- Seguridad
- E-commerce
- Analítica
- Redes sociales
- E-mail marketing
- SEO
- Velocidad de la web

En WordPress cuando necesitas una determinada funcionalidad se dice “hay un plugin para eso”. Existen los plugins gratuitos, freemium y Premium. Los plugin freemium son los que tienen una parte gratuita y si quieres añadirle más funcionalidades tienes que pagar la licencia y los Premium los que son totalmente de pago.

Truco: Borra los plugins que no utilices para no sobrecargar la web y evita los plugins piratas o aquellos que hayan pasado mucho tiempo sin ser actualizados.

Estructura de la web





Para plantear la estructura de nuestra web, primero debemos diferenciar tres elementos fundamentales que contiene una web:

Cabecera o header

La cabecera es la parte superior de nuestra web y en ella se encuentra información básica de nuestro negocio/marca. En ella podemos encontrar varios elementos importantes como es el logo y nombre de la empresa, el menú de navegación principal. Además, se suelen incluir datos como el buscador de la página y una llamada a la acción.

Es importante que la cabecera se quede fija para que a medida que el usuario vaya navegando por las distintas páginas de tu web se mantengan los accesos más importantes fijos.

Truco: La cabecera debe captar la atención del usuario e invitarlo a navegar, pues es lo primero que ve al abrir tu página

Cuerpo o body

El body o cuerpo de la web se encuentra situada en la parte central de la página (entre el header y el footer) y es donde se presenta al usuario el contenido de esa página o sección. Es una especie de contenedor donde plasmar todos esos textos, imágenes, videos, etc.

Para cada página de tu sitio es diferente, puedes tener una página principal donde el contenido sea la presentación de tus productos y servicios y tu propuesta de valor o disponer de una página con un formulario de contacto.

Truco: El espacio destinado a esta parte de la página debe ser entre un 50% y 80% del total de la página web.

Pie de página o footer

El pie de página o footer lo encontramos en la parte inferior de la página y se mantiene fijo en todas las páginas de nuestra página web. Aunque muchas veces a la hora de estructurar





una web no se le da importancia, este lugar es sin duda otro elemento fundamental de una página web.

La información a destacar en esta sección puede ser todos esos elementos que no se han podido resaltar en el resto de la página, así como elementos básicos de información- Se suele encontrar:

- El logo de la marca
- Icono de las redes sociales
- Datos de contacto
- Menú simplificado
- Horario y ubicación
- Política de privacidad y de cookies.

Truco: No llenar el footer con elementos que no aporten nada al usuario, en esta sección debes ser específico y aportar información útil al usuario.

Textos

Otro de los elementos de una página web al que hay que prestar especial atención son los textos. Es fundamental que los textos inspiren confianza a los visitantes y para ello deben ser claros y con un lenguaje sencillo que pueda entender tu público objetivo.

Para ello, lo primero que debes de hacer es organizar su estructura, saber que contar en cada parte de la web y no sobrecargarse, la simplicidad y la claridad en ellos debe ser un requisito indispensable. Además, se debe dar énfasis a lo que queremos resaltar realmente con el fin de comunicar con éxito.

Proyectar el mensaje de manera adecuada y crear textos persuasivos hará que tu visitante realice una acción. Esta acción puede ser desde lograr posibles contactos gracias a que el visitante deje su información en un formulario o una solicitud de información y presupuesto acerca de los servicios que se ofrecen en la página.





No debemos olvidarnos de que podemos obtener ventajas ante nuestros competidores optimizando de manera adecuada los textos de nuestra web. El SEO es la manera de posicionarnos entre las primeras posiciones de manera orgánica en los buscadores. Una vez que vas a trabajar los textos de tu web para que expresen de manera clara lo que quieres transmitir con tu página, sería adecuado que dedicaras una pequeña parte de ese tiempo en trabajar los contenidos para que sean de calidad y crear buenos textos optimizados para Google.

Dirigirlos a responder al usuario hará que recibas tráfico de calidad que esté interesado en tu producto y esto te permitirá ir escalando en las posiciones de búsquedas.

Truco: En los textos tienes el poder de dirigirte a tu cliente potencial y para ello puedes hacer un estudio previo de su comportamiento y ver sus puntos débiles y como puedes suplirlos resaltando los beneficios de tu producto o servicio.

7. Imágenes

Las imágenes que debe contener una página web deben ser de calidad y complementar el mensaje que quieres transmitir con el texto. No se debe sobrecargar la web con cientos de imágenes, porque, aunque el dicho diga “una imagen vale más que mil palabras”, no debes de desviar la atención del usuario y rellenar espacio sin más, además que esto puede afectar al tiempo de carga de la página.

Dentro de qué elementos componen una web, las imágenes adquieren gran importancia y deben ser seleccionadas cuidadosamente porque con ellas puedes conseguir transmitir las líneas generales de tu negocio y marca.

Para darle ese toque personalizado y atractivo a la web, lo mejor es disponer de imágenes propias del negocio, como fotos al personal, imágenes de proyectos, materiales, etc. En el caso de que no se tengan, se puede invertir una pequeña parte del presupuesto a la



realización de fotos ya sea contratando a un profesional o con el mismo Smartphone que si dispone de una buena cámara podrá ayudar.

Truco: en el caso de no poder contar con imágenes propias, hay muchos bancos de imágenes como Pixabay, Rawpixel, Pexel entre otros que pueden ofrecerte variedad de cualquier tema que elijas.

Con esta recopilación de elementos de los que se compone una página web, estás preparado para trabajar en tu proyecto web. Recuerda que una buena planificación y estructura de todo lo que debe contener tu web es esencial para destacar y diferenciarte de tus competidores.

Tema 3.3 Actividad 12.

El estudiante en trabajo en equipo realiza un cuadro sinóptico de todos los elementos esenciales para diseñar la página web, además deberá ampliar sus conocimientos realizando visitas en otros sitios web afines al tema o contenido de las ideas para que le permitan ampliar la perspectivas de la propuesta de diseño.

Tema 3.4 Actividad 13.

El estudiante atiende a las siguientes preguntas retomando la actividad 10, actividad 11 y con su equipo de trabajo analizar, reflexionar, revisar y considerar los aspectos a considerar.

- ¿Sabes que el diseño de la plataforma web a crear depende del tiempo que le vas a dedicar?
- ¿Tema para crear?
- ¿plataforma web elegida?
- ¿Por qué elegiste esta plataforma web para diseño?
- ¿Conoces la ventaja de la plataforma web para diseño?
- ¿Elegiste las plantillas?
- ¿Tienes los temas del diseño vistos con tu equipo de trabajo?
- ¿Ya identificaste las herramientas de los menús del diseño?

En equipo de trabajo responderá a cada cuestionamiento y lo agrega como anexo al cuadro sinóptico para su análisis y relación.



Tema 3.5 Actividad 14.

Mediante la sugerencia del docente y dar a conocer las razones del por qué es necesario documentar el proyecto de diseño de la página web en una bitácora; el estudiante tiene la libertad de elegir si quiere utilizar una libreta única y exclusivamente para el proyecto o bien decide si será en electrónico y su estructura será la siguiente:

- Título principal: Nombre de la página web.
- Integrantes del equipo de trabajo.
- Enumerar desde #1 la página con fecha.
- Ninguna página se elimina o se corta se queda como borrador.
- Cada aportación por mínima que sea se escribe y qué integrante lo sugiere.
- Las páginas deben llevar imágenes de los avances o fotos colocadas en la libreta.
- Cada integrante del equipo debe escribir en la bitácora de acuerdo con el rol de trabajo que le corresponde
- Al finalizar el proyecto de la página web también se entrega la bitácora para su evaluación.

Tema 3.6 Actividad 15.

El estudiante en equipo de trabajo presenta los avances del 90% de la página web y cada integrante deberá explicar el contexto desde el inicio, durante del proceso, errores detectados, modificaciones necesarias y cada una de las situaciones y desafíos a los que se enfrentaron en el diseño.

Lista de cotejo para la revisión del 90% de avance de la página web.

- La página web se observa creatividad
- Aparece el nombre del autor
- La navegación es sencilla
- El nombre de la página web es clara
- Los colores y el texto son coherentes a los contenidos
- Se observa dominio del tema propuesto



- Esta libre de errores gramaticales y ortográficos
- Los contenidos de los links tienen coherencia con la información
- La página web carga rápidamente
- La página web es libre de virus

Tema 3.6 Actividad 16.

Finalizando con la propuesta; el estudiante expone su creación de la página web mediante una explicación clara y objetiva del diseño y escuchar la experiencia que se obtuvo en el proceso desde, integrarse como un equipo de trabajo colaborativo, aceptación de ideas e incluso descartar algunas que no convenían al diseño, tal vez diferencia en el carácter y principalmente que aprendizaje que se logró además de las competencias adquiridas.

De los oyentes se espera crítica constructiva que motive al estudiante a ser creativo e innovador.

