

Nombre de la Asignatura: Diseño y Gestión de Sitios Web

a) Generalidades:

Número de Orden: 35	Código: DGW0	Duración del Ciclo en Semanas: 16
Pre- Requisito (s):	Ciclo Académico: VII	Duración/Hora Clase: 50 minutos
	Área: Fundamentación	Número/Hora Clase por Ciclo: 80
	U. V.: 4	Horas Teóricas/Semanales: 2
		Horas Prácticas/Semanales: 3

b) Descripción de la Asignatura:

En esta asignatura se conocerán los conceptos clave del diseño y gestión de las páginas web a partir de los recursos proporcionados por los web de tercera y cuarta generación. Se estudiará cómo se diseña la arquitectura de la información: su misión y objetivos estratégicos, los clientes y sus expectativas, estudio sectorial/análisis competitivo, definición y organización de los contenidos, interacción, navegación, rotulado, búsqueda, prototipado y otras funciones. Se definirá a la interacción a partir de los servicios, las tareas, el diagrama de interacción, storyboards. Para facilitar el trabajo del cliente, se verán los métodos de indagación, métodos de inspección, test de usabilidad, análisis de logs, así como la accesibilidad, el diseño de la información y el diseño gráfico, sus aspectos y sensación, diseño de contenido/página, diseño de la interfaz, diseño artístico/creativo, la programación y las tecnologías (hardware y software) necesarios para el diseño de sitios web.

c) Objetivo General de la Asignatura:

Cubrir desde una perspectiva teórico y práctica aspectos relacionados con la finalidad del web, sus objetivos, expectativas y necesidades de los usuarios, un estudio de los sectores y

una definición de audiencias, identificación y recopilación del contenido, definición de los servicios y funcionalidades. Estudiar la organización de un sitio, buscabilidad, contenidos, metainformación y metaestructuras. Con estos elementos se proveerá al comunicador con herramientas competitivas para lanzar su producto virtual.

Objetivos Cognitivos (conocer):

- Conocer, analizar y dominar los aspectos conceptuales, técnicos atinentes al diseño, mantenimiento y evaluación de sitios web con fines académicos, culturales, artísticos, comerciales o de la naturaleza que el comunicador o sus clientes puedan requerir.

Objetivos Procedimentales (saber hacer):

- Optimizar en el comunicador profesional las habilidades teórico-prácticas, los criterios mercadológicos y el uso de herramientas tecnológicas necesarios para el diseño y gestión de un sitio web competitivo, accesible de alta funcionalidad y que aporte prestigio y solidez al producto que ofrezca.

Objetivos Actitudinales (ser):

- Formar un comunicador versátil y creativo, capaz de enfrentar el desafío independiente o presentado por un cliente, de diseñar y gestionar sitios web que sean líderes en su área de competencia.

d) Contenidos:

UNIDAD I: Etapas para el diseño Web

1. Delimitación del tema: de qué va a tratar el sitio web.
2. Delimitación de contenido
 - a. Recolección de la información: recopilar y seleccionar la información que se va a incluir
 - b. Agregación: hacer un balance equilibrado entre linealidad y jerarquización. Creación de páginas, nodos, secciones y subsecciones.
 - c. Estructuración de los contenidos. Nodos de metainformación. Enlaces que permitan la estructuración horizontal y vertical
3. Creación de la página inicial y de las páginas principales.

UNIDAD II: Etapas para el diseño II

1. Sistemas de navegación y búsqueda
2. Páginas guía y ayudas a la navegación. Páginas de búsqueda, uso de iconos y barras de navegación
3. Diseño y estilo gráfico. Estilos y formatos textuales. Coherencia gráfica. Diseño de fondos y distribución de los elementos dentro de la página
4. Material multimedia, cantidad y tamaño de las imágenes
5. Homogeneidad y coherencia de todo el sitio web
6. Ensamblaje final. Últimos enlaces
7. Diseño de portadas y estilos gráficos. Logotipos, enlaces sobre autoría, contacto, fechas de creación o de actualizaciones
8. Evaluación y test de uso.

UNIDAD III: Arquitectura de la información (práctica)

1. Definición de la sede. Misión, visión, objetivos y estrategias
2. Gestión de los contenidos.
 - a. identificación, recopilación, selección, producción, mantenimiento y actualización de los contenidos
 - b. Potenciar los contenidos. Debe haber como mínimo un 30% de espacio en la web dedicado a contenidos
3. Sistemas de navegación. Facilitar el desplazamiento por el sitio y el acceso a los contenidos.
 - a. consistencia
 - b. predecibilidad
 - c. retroactividad
4. Sistemas de rotulado. Transmisión sintética a los contenidos
 - a. claridad y rapidez de la información
 - b. el lenguaje ha de ser próximo al usuario
 - c. lenguajes controlados (lenguajes de clasificación jerárquicos/ facetados, tesauros)
 - d. los lenguajes naturales
 - e. microcontenidos, metadatos y marcado
5. Sistemas de búsqueda. Exploración, acceso y recuperación de información
6. Características del motor de búsqueda

e) Estrategia Metodológica

La asignatura tendrá un fuerte componente teórico: conceptual y técnico (40%), en virtud de la naturaleza de la disciplina, pero además tendrá un sólido componente práctico bajo el concepto de “Taller”: aprender haciendo (60%). Se espera la producción de un sitio web dedicado a alguna de las áreas y modalidades especificadas en la descripción y en los objetivos de la asignatura.

f) Bibliografía:

Nombre de la Obra	Autor	Casa editora	País	Año de edición	Número de ejemplares en Biblioteca
<i>Blogger</i>	Della Chiesa, Walter	Anaya	Madrid, España	2007	3
<i>La Comunicación no Verbal</i>	Knapp, Mark L.	Paidós	México	2009	3
<i>Comunicación en un Mundo Cambiante ..</i>	Dobkin, Bethami A.	Mc Graw Hill	México	2003	3
<i>Signos, Símbolos, Marcas, Señales</i>	Fritiger, Adrian	GG Diseño	Barcelona, España	1997	3
<i>Diseño de páginas web. Soluciones creativas para la comunicación en pantalla</i>	DAVIS, Jack. MERRIT, Susan	Anaya Multimedia	España (Madrid)	1999	3
<i>Interacción en interfaces de recuperación de información: conceptos, metáforas y visualización</i>	MARCOS, Mari Carmen	Trea	España (Gijón)	2004	3