



Arquitectura Web
Master Universitario
en Marketing y
Publicidad Digital



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Arquitectura Web

Titulación: Master Universitario en Marketing y Publicidad Digital

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Modalidad: A distancia

Créditos: 4

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: D. Santiago Álvarez Rojo

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias generales:

Poseer las habilidades de aprendizaje que les permita continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo, para poder permanecer a la altura de los retos tecnológicos.

Demostrar que saben trabajar en equipo de forma eficaz.

Competencias específicas:

Conocer y saber aplicar correctamente los conceptos especializados acerca del diseño y arquitectura web orientada al marketing y a la comunicación comercial digital.

1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá ser capaz de resolver problemas, tomar decisiones y formular juicios a partir de información incompleta en cualquier aspecto relacionado con la construcción de páginas web orientadas al marketing y la medición de resultados de acciones y campañas de comunicación comercial digital en el entorno online y medios sociales. Este conocimiento se traducirá y deberá ser demostrado por su capacidad para:

- Determinar los elementos necesarios para la creación de una página web orientada al marketing.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

- Introducción a la tecnología web. La estructura lógica de la red Internet y la importancia del código HTML.
- Arquitectura web y lenguajes de programación: XML, JavaScript, AJAX
- Arquitectura adaptada a las distintas estrategias de marketing online
- Análisis de casos prácticos de diseño y arquitectura web orientada al marketing.

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente.

La asignatura presenta los elementos básicos que están en el funcionamiento del mundo web. Entendiendo que, el mundo web, no es únicamente lo que sucede al visitar una página web, sino que va mucho más allá a través de todas las aplicaciones que manejamos, principalmente en nuestros móviles, pero también en otros dispositivos conectados.

La tecnología será el hilo conductor de la asignatura y el enfoque a casos la metodología que usaremos.

Los conocimientos aportados por la asignatura serán básicos para poder entender correctamente otras disciplinas como:

- Internet de las cosas
- Big data
- Ecommerce
- Analítica web
- UX (experiencia de usuario)
- Posicionamiento

La asignatura se organiza en los siguientes módulos:

MÓDULO 1: EL FUNCIONAMIENTO DE LA WEB

Se presentan todos los elementos que intervienen en la navegación web analizando la misión de cada uno de ellos y viendo cómo funcionan los cimientos de la arquitectura web. En este módulo se estudiarán muchos conceptos, pero no se profundizará en ellos, simplemente se tratará de entender cómo encajan todas las piezas.

Los dos elementos básicos de una web son los contenidos y la apariencia. Una buena construcción de ambos es la base para el éxito de la web, tanto desde el punto de vista de su usabilidad o accesibilidad, como desde el punto de vista de sus resultados de marketing.

Los temas de este módulo son:

1. Piezas básicas de la navegación web

- Navegadores web
- Servidores web
- Dirección ip
- Dominios, url, redirecciones y dns
- HTTP y otros protocolos de internet
- HTML y CSS

2. El lenguaje HTML: el contenido

- Código fuente de una página HTML
- Los tags
- Organización del contenido
- Imágenes
- Inspeccionar un elemento concreto de la página
- Estructura de la página
- Enlaces
- Listados
- Edición online WYSIWYG
- La presentación en HTML
- Desvestir una página (quitarle los estilos)
- Una buena organización del contenido
- Buenas y malas prácticas en organización del contenido

3. Las hojas de estilo: la apariencia

- Cómo incluir CSS en un documento HTML
- Estructura básica
- Selectores
- Unidades de medida
- Colores
- Modificar estilos con el inspector
- Buenas y malas prácticas en estilos
- Análisis de una página

MÓDULO 2: LA WEB CON TODA SU POTENCIA

Una vez se ha comprendido el funcionamiento de la web, se presentan los dos elementos que hacen que una web sea mucho más potente:

- el gestor de contenidos
- los usuarios

El gestor de contenidos es el software que permite tener actualizada la web y gestionar la información de forma eficiente.

Todas las webs, por muy sencillas que sean, obtienen mucha información de los usuarios que las visitan. Estudiaremos el funcionamiento de la tecnología que está detrás de esto que son las cabeceras HTTP y las *cookies*.

Además de las *cookies*, la interacción con los visitantes se realiza a través de formularios. Una buena construcción de los formularios es clave para el éxito de las iniciativas de marketing.

Para cerrar el módulo nos centraremos en los mecanismos para registrar usuarios que deberán usar los servicios online avanzados y personalizados.

Los temas de este módulo son:

4. Gestión de contenidos

- ¿Actualizo mi web editando el HTML?
- Qué es un CMS (Content Management System)
- Un CMS no es...
- Características
- Beneficios
- CMS más usados

5. Información sobre visitantes

- User agent
- Idiomas
- Referer
- Cookies

6. Formularios

- Cómo se construyen los formularios
- Tipos de campos
- Validación de errores
- Buenas y malas prácticas

7. Registro de usuarios

- Tipos de registro
- Funcionamiento
- Base de datos
- Autenticación y passwords
- Contenidos privados

MÓDULO 3: EL ÉXITO DE UN PROYECTO WEB

En este último módulo veremos pautas para tener éxito a la hora de abordar un proyecto de construcción de una web y revisaremos casos de buenas y malas prácticas en arquitectura web.

Los temas de este módulo son:

8. Gestión de un proyecto web

1. Análisis
2. Arquitectura
3. Diseño
4. Maquetación
5. Integración (programación)
6. Edición de contenidos
7. Control y supervisión

9. Usabilidad

- Empatía con las visitas: usabilidad
- Orientación al marketing
- Casos prácticos:
 - o Layout (maquetación)
 - o Imágenes

10. Casos de buenas y malas prácticas en arquitectura web

- Casos prácticos:
 - o Multi-idioma
 - o Links
 - o Usabilidad
 - o Accesibilidad y otros

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

La participación se evaluará mediante **tests de evaluación** que el alumno deberá realizar para cada uno de los temas vistos en la asignatura.

Las actividades dirigidas consistirán en:

Actividad dirigida 1: Ejercicio práctico en el que el alumno deberá identificar casos de buenas y malas prácticas en cuanto a lo visto en el Módulo 1: el funcionamiento de la web.

Actividad dirigida 2: Ejercicio práctico en el que el alumno deberá identificar casos de buenas y malas prácticas en cuanto a lo visto en el Módulo 2: la web con toda su potencia.

La prueba final consistirá en un trabajo individual en el que se realizará el análisis de una web utilizando todas las técnicas vistas en la asignaturas.

2.5. Actividades formativas

Estudio, comprensión y evaluación de la materia: 1 ECTS (25%). Se incluirá material didáctico por cada una de las asignaturas en el Campus Virtual, además de pruebas online de seguimiento y una prueba online final.

Trabajos/proyectos prácticos a desarrollar y presentar por el alumno: 2,4 ECTS (60%). El alumno deberá realizar y entregar a través del Campus Virtual los trabajos y ejercicios prácticos marcados para cada asignatura.

Tutorías: 0,6 ECTS (15%). La asistencia al alumno en tutorías se realizará mediante foros académicos, tutorías individuales vía correo electrónico y tutorías telepresenciales colectivas utilizando herramientas específicas de videoconferencia. Obviamente, el alumno que lo desee y pueda desplazarse, podrá concertar una tutoría presencial personal con el profesor en el Campus de la Universidad Nebrija. Competencias: Todas las competencias definidas para la materia.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación en clase	10%
Actividades académicas dirigidas	40%
Examen final o trabajo final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota del examen final extraordinario y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5. Asimismo, es potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica:

- Córcoles, J., Montero, F. (2012) *Diseño de interfaces web*. RA-MA Editorial

Bibliografía recomendada:

- Berkun, S. (2008). *Making Things Happen: Mastering Project Management*, O'Reilly
- Brown, D. M. (2010). *Communicating Design: Developing Web Site Documentation for Design and Planning*, New Riders Publishing, 2nd edition
- Jarrett, C., Gaffney, G. (2008). *Forms that work. Designing web forms for usability*, Morgan Kaufmann
- Krug, S. (2006). *Don't Make Me Think. A Common Sense Approach To Web Usability*, New Riders
- MacDonald, M. (2011). *Creating a Website: The Missing Manual*, O'Reilly
- Nielsen, J., Loranger, H. (2006). *Prioritizing Web Usability*, New Riders Press, Berkeley CA
- Robbins, J. N. (2012). *Learning Web Design: A Beginner's Guide to HTML, CSS, JavaScript, and Web Graphics*, O'Reilly
- Scott, B., Neil, T. (2009). *Designing Web Interfaces: Principles and Patterns for Rich Interactions*, O'Reilly

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Santiago Álvarez Rojo
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Ingeniero en Informática
Correo electrónico	salvarer@nebrija.es
Localización	videoconferencia
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Santiago Álvarez Rojo es un apasionado por las tecnologías web con una sólida experiencia en la construcción de servicios internet y portales.</p> <p>Perteneció al equipo fundador de eresMas, uno de los primeros proveedores de internet (isp) que llegó a ser número uno en tráfico web gracias a sus más de treinta portales. Allí lideró un grupo encargado de desarrollar servicios para el área de marketing (registro único de usuarios, mail-marketing, programa de puntos de fidelización, medición y analítica web) y el área comercial (tiendas online).</p> <p>En 2004 lanzó su propio proyecto: eCliente. Una empresa especializada en la construcción de servicios web para la comunicación online.</p> <p>Más tarde, en 2010, fundó SocialCo, una agencia de comunicación especializada en temas sociales. Hoy SocialCo es una de las agencias más conocidas en el Sector Social.</p> <p>Durante 7 años impartió la asignatura de Programación Orientada a Objetos en el Grado en Informática de la Universidad Carlos III dentro del grupo de Computación Evolutiva y Redes de Neuronas en Inteligencia Artificial.</p> <p>Desde 2012 es profesor asociado de la Universidad Antonio de Nebrija de diferentes asignaturas tanto de grado como de postgrado.</p> <p>Santiago es Ingeniero Informático por la Universidad de País Vasco, Master in Applied Artificial Intelligence por la Universidad de Aberdeen (UK) y Executive M.B.A. por ESADE Business School.</p>
---	--