



DISEÑO DE SITIOS WEB
301122_17

Unidad 3 - Fase 4 Diseño y Construcción III

TUTOR:

Josué Ignacio Ochoa

PRESENTADO POR:

Fabio Alonso Contreras Montes

Código: 79043681

GRUPO: 301122_17

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD
Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería
Programa: Ingeniería de Sistemas

02 de mayo de 2021

Tabla de Contenido

ACTIVIDADES A DESARROLLAR	3
DESARROLLO DE ACTIVIDAD	4
• Sitios Responsivos con Media Queries.....	4
• Medidas para mejorar el SEO.....	8
• Medidas Tendientes a Mejorar el SEO del sitio WEB	10
• Enlace de cuestionario integrado a la web.....	10
• Implementación	10
Tema a ser desarrollado:	10
Enlaces De Desarrollo:	10
REFERENCIA BIBLIOGRAFICA.....	11

ACTIVIDADES A DESARROLLAR

- Utilizar el framework Bootstrap para realizar al menos 2 páginas del sitio web, estas páginas se deben Vincular en la opción del menú Aprendizaje. Estas dos páginas o secciones deben contar cada una con una actividad evaluativa de los temas del sitio web. Las actividades pueden ser cuestionarios de selección, que permitan al usuario evaluar la apropiación de las temáticas presentadas en el sitio web. Las actividades se pueden hacer de tipo cuestionario utilizando formulario de Google o goconqr, El estudiante también podrá hacer mejoras al sitio tomando en cuenta la realimentación del tutor en la fase anterior.
- Investigar acerca de los siguientes temas: Sitios Responsivos con Media Queries y medidas para mejorar el SEO. Se debe presentar un resumen de estos dos temas y entregarlos junto con los enlaces del sitio web.
- En el repositorio que se viene trabajando en el desarrollo de las fases anteriores Se debe crear una carpeta denomina fase4, se debe copiar el contenido de la carpeta 2 fase 3 del proyecto y pegarla en la carpeta de esta fase 4. En la página index.html creada en la fase 1 coloque un vínculo a la página index.html de esta fase.
- Se deberá implementar al menos 2 medidas tendientes a mejorar el SEO de sitio web, las cuales también deben ser reportadas en el formato PDF al momento de la entrega de los enlaces.

DESARROLLO DE ACTIVIDAD

- **Sitios Responsivos con Media Queries**

Comencemos definiendo cada uno de estos conceptos para dar mayor claridad al tema a tratar. Inicialmente un SITIO, relacionándolo con el tema a tratar es también conocido como PORTAL o CIBERSITIO que es una colección de páginas web relacionadas y comunes a un dominio de internet o subdominio en la World Wide Web dentro de Internet

Ahora cuando nos referimos a RESPONSIVO, también podemos relacionarlo con el concepto de ADAPTATIVO, que es una técnica de diseño web que busca la correcta visualización de una misma página en distintos dispositivos, es decir ordenadores, tablets y móviles. Básicamente se consiste en redimensionar y colocar los elementos de la web de forma que se adapten al ancho de cada dispositivo permitiendo una correcta visualización y una mejor experiencia de usuario. Se caracteriza porque los layouts (contenidos) e imágenes son fluidos y se usa código media-queries que son un módulo que permite adaptar la representación del contenido a características del dispositivo como la resolución de pantalla (por ejemplo, un smartphone frente a pantallas de alta definición) o la presencia de características de accesibilidad como el braille. Se convirtió en un estándar recomendado por la W3C en junio de 2012.1 y es un principio básico de la tecnología de Diseño web adaptativo.

En consecuencia, podemos afirmar que el diseño web responsive se fortalece como una de las mejores prácticas hoy en día en diseño web, a pesar de tener defensores y contradictores de esta técnica, en la actualidad es considerada la mejor práctica posible en el diseño web.



Una **MEDIA QUERY** consiste de un **MEDIA TYPE** y una o más expresiones, que implican media features, que se resuelve en true o false. El resultado de la consulta es verdadero si el media type especificado en el media query coincide con el tipo de dispositivo sobre el que el documento está siendo mostrado y todas las expresiones del media query son verdaderas. Cuando un media query es verdadero, se aplica la hoja de estilo correspondiente o las reglas de estilo, siguiendo las reglas normales en cascada.

Esto es un simple ejemplo:

```
@media screen and (min-width:500px) { ... }
```

Media types

Un media type puede ser declarado en la cabecera de un documento HTML usando el atributo "media" dentro de un elemento <link>. El valor específico del atributo "media" indica en que dispositivo el documento vinculado será mostrado.⁷ Media types también pueden ser declarados dentro de instrucciones de procesamiento XML, el @import at-rule, y el @media at-rule. CSS2 definen los siguientes media types:

- braille
- embossed
- handheld
- print
- projection
- screen
- speech
- tty
- tv

Utilizar las Media Queries de CSS3 es muy sencillo, como todo el lenguaje CSS en general. De una manera descriptiva podemos indicar una condición y a continuación los estilos que deben aplicarse cuando ésta se cumpla. Para aclarar su sintaxis veremos una serie de ejemplos útiles e ilustrativos.

Medios

Con Media Queries podemos detectar el medio donde se está consumiendo un sitio web.

```
@media screen {  
  h1 {  
    color: red;  
  }  
}  
@media print {  
  h1 {  
    color: black;  
  }  
}
```

Tamaños de pantalla

Lo más común es que usemos las Media Queries para detectar las dimensiones de la pantalla.

```
@media (min-width: 1000px) {  
  body {  
    align: 20px;  
  }  
  div {  
    text-align: center;  
  }  
}
```

Con este ejemplo, estamos aplicando una serie de estilos, que se tendrán en cuenta solamente cuando la anchura de la pantalla sea de 1000px en adelante.

```
@media (max-width: 320px) {  
  body {  
    font-size: .6em;  
  }  
}
```

En este caso, indicamos que la anchura de la pantalla debe de ser 320 píxeles de máximo para que se apliquen los estilos.

Orientación

También es útil para definir estilos en función de la orientación, lo que resulta especialmente adecuado para el diseño para móviles.

```
@media (orientation:landscape){  
  body{  
    background-image:url(archivo.jpg);  
  }  
}  
@media (orientation:portrait){  
  body{  
    background-image:url(archivo-pantalla-en-  
vertical.jpg);  
  }  
}
```

Landscape es el valor de la orientación cuando la pantalla está en horizontal y portrait para la pantalla en vertical.

Combinar condiciones

En las especificaciones de Media Queries se definen muchas otras condiciones que se puede analizar para distinguir el cliente que nos está visitando, como la profundidad del color, densidad de píxeles, resolución, etc.

Para acabar, sólo nos queda ver algún ejemplo sobre cómo se pueden combinar estas condiciones. Por ejemplo, que se apliquen estilos únicamente para pantallas con ciertas dimensiones, o para ciertas dimensiones cuando el dispositivo está en vertical, o impresoras de determinada resolución...

Esta regla aplicaría en dispositivos que se usan en la mano y con dimensiones mínimas de 30em.

```
@media handheld and (min-width: 30em) {  
  body {  
    color: #666;  
  }  
}
```

Esta regla aplicaría en cualquier medio con dimensiones entre 800 y 1200 píxeles.

```
@media (min-width: 800px) and (max-width: 1200px) {  
  .item {  
    display: none;  
  }  
}
```

- **Medidas para mejorar el SEO.**

Cuando hablamos de SEO nos referimos al posicionamiento en buscadores, optimización en motores de búsqueda que en inglés se describe como SEO (Search Engine Optimization), que es un conjunto de acciones orientadas a mejorar el posicionamiento de un sitio web en la lista de resultados de Google, Bing, u otros buscadores de internet.

El SEO trabaja aspectos técnicos como la optimización de la estructura y los metadatos de una web, pero también se aplica a nivel de contenidos, con el objetivo de volverlos más útiles y relevantes para los usuarios.

Las siguientes son pautas o medidas que pueden aplicarse para mejorar el SEO:

- 1. Conoce a tus usuarios**

Es importante conocer el grupo objetivo a quien pretendes dirigir la atención y dar a conocer servicios y productos es un punto relevante, ya que cada público consume la información de forma diferente. Investigar y conocer qué necesidades satisfaces, cómo se buscan, qué competencia tienes y conviértete en la marca que querrían ver.

- 2. Ten un plan**

Planificar siempre una actividad que nos lleva a la estructuración de una serie de acciones que se llevan a cabo para cumplir los objetivos, que deben ser claros y cuantificables.

- 3. Utiliza Enlaces**

Generar un contenido fácil de compartir ya que se desarrollará intercambio de contenidos ayudando a que el sitio sea una fuente fiable y reputada. Por consecuencia, enlazar a páginas de terceros incrementa relaciones.

- 4. Profundiza en Redes Sociales**

Es importante evidenciar que no solo la página WEB dará el posicionamiento sino la repercusión que se pueda obtener en redes sociales, principalmente porque permite establecer relaciones, es un factor de posicionamiento en sí mismo, confirma el perfil de links y te da visibilidad y branding. No vas a conseguir links si nadie sabe de ti y si tu contenido no tiene una marca a la que sea seguro enlazar.

- 6. Crea iniciativas conjuntas**

Incrementar las relaciones interempresarial hacen posible que la presencia sea más sólida y relevante.

7. Reserva los mejores contenidos para los demás

Al complementar con otras herramientas reserva el mejor contenido para ellos. Si en tu blog puedes llegar a 1.000 personas y en otro a 10.000, esfuérzate en el contenido que te vaya a dar más visibilidad.

8. Respeta el branding como herramienta SEO

El branding es fundamental en el SEO. Si nadie te conoce, nadie va a buscar tu marca, recuerda que el tráfico SEO por términos con el nombre de tu marca también es posicionamiento natural. Tener una marca potente no solo hará que la gente te busque más, sino que te convertirá en una fuente fiable y aumentará la tasa de clics de tus resultados y las posibilidades de que se compartan y enlacen, es decir, beneficio SEO everywhere.

9. Vídeo, vídeo y vídeo

El contenido visual es el más consumido en Internet y el vídeo es el rey. Da igual que utilices Instagram TV o que subas a Youtube vídeos de tus productos, tienes que probar continuamente formatos que aumenten tu visibilidad.

10. Cambia de formato

No hay un único formato ganador. Cada tipo de target suele tener uno o dos formatos predilectos, pero aun así una persona puede consumir contenidos de muchas formas. Por ejemplo, los fines de semana compartes vídeos de Youtube con tus amigos, de camino al trabajo lees un e-book, sueles consumir artículos interesantes para tu profesión, cuando llegas a casa miras Instagram -eminentemente visual- y Twitter -eminentemente textual- y antes de acostarte te ríes un rato con TikTok y Pinterest. Y si tú utilizas tantos formatos, tu público también.

11. Deja que los usuarios te ayuden

Los usuarios son la mejor forma de generar contenido sin que tengas que hacerlo tú directamente: hay que gestionar dicho contenido y requiere tiempo y dedicación, pero da unos resultados impresionantes. Hacer uso de formularios para comentarios aportan un valor SEO impagable al añadir contenido semántico relacionado.

12. Crea tus propias imágenes

Si puedes, utiliza imágenes propias esto te dará un valor agregado para que sean publicables con acreditación.

13. Trabaja tu marca personal

Aunque inviertas en la marca de tu blog, tu propia marca también es importante. Invierte en ti mismo, porque quizás mañana tu blog o tu trabajo cambie o incluso

estés en otra industria y te interesen otros temas, por lo que debes que esa reputación te beneficie a ti.

14. Encuentra un buen balance entre calidad y cantidad

Todo el mundo te dirá que calidad por encima de cantidad, pero hay muchas ocasiones en que el contenido de gran calidad que puedas generar no va a tener el impacto suficiente, y por ello no merece la pena dedicarle demasiado tiempo.

- **Medidas Tendientes a Mejorar el SEO del sitio WEB**

1. Meta etiqueta “robots” se utiliza para decirle a los robots de los motores de búsqueda si pueden o no indexar la página y si deben seguir los enlaces que contiene.

```
<meta name=”robots” content=”noindex, nofollow”>
```

1. Meta etiquetas o meta tags se utilizan para transmitir información a los buscadores sobre qué trata una página cuando estos tienen que ordenar y mostrar sus resultados.

Title

La etiqueta title es el elemento más importante dentro de las meta-etiquetas. Es lo primero que aparece en los resultados en Google.

- **Enlace de cuestionario integrado a la web**

<https://docs.google.com/forms/d/1vOxKNEY0OreGKG0010JNy04fV11YoNKvZ1VSBbkt6sY/edit?usp=sharing>

- **Implementación**

Tema a ser desarrollado:

La interfaz de usuario, Interacción Humano Ordenador

Enlaces De Desarrollo:

<https://FabioAlonso.github.io/DSW-FabioContreras/>.

<https://github.com/FabioAlonso/DSW-FabioContreras.git>

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

- Sitio Web, recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Sitio_web
- Media Query recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Media_query
- Cómo utilizar las Media Queries de CSS3 para mejorar la visualización de nuestros proyectos web recuperado de: <https://www.arsys.es/blog/programacion/media-queries-css3/>
- Posicionamiento en buscadores, recuperado de:
https://es.wikipedia.org/wiki/Posicionamiento_en_buscadores
- Posicionamiento SEO con contenido, recuperado de;
<https://www.40defiebre.com/posicionamiento-natural-trucos-mejorar-posicionamiento-con-contenido>