



UNIVERSIDAD CATOLICA DE SALTA

Sistemas II

Trabajo Practico N°15: DFD + DER + ET

Carrera: Ingeniería en Informática

Profesores:

- ❖ Profesor presencial: ARREDES IWAY PATRICIO ALEJANDRO
- ❖ Profesor presencial: PATRICIA GABRIELA ABALLAY
- ❖ Profesor presencial: PERALTA JOSE ANTONIO

Integrantes de **Compugaming asociados y sus derivados**:

- ❖ Carrazano Tolava Jose Andres, DNI: 44913082
- ❖ Edelcopp Ezequiel Alejandro, DNI: 45849539
- ❖ Villafañe Jorge Abel, DNI: 45114586
- ❖ Alesandro Ignacio Avalos Martínez, DNI: 44271801

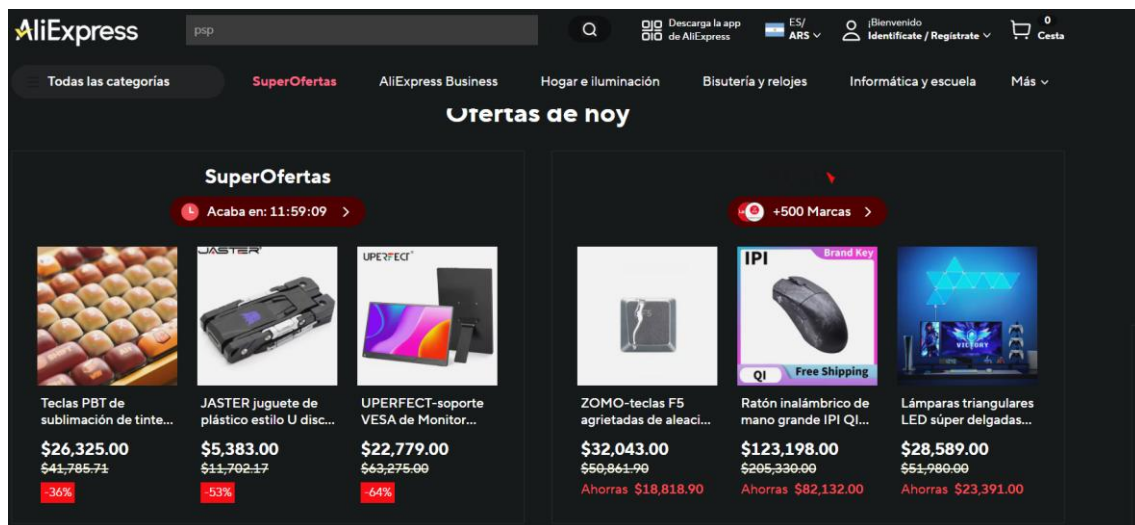
AÑO: 2025

Actividades:

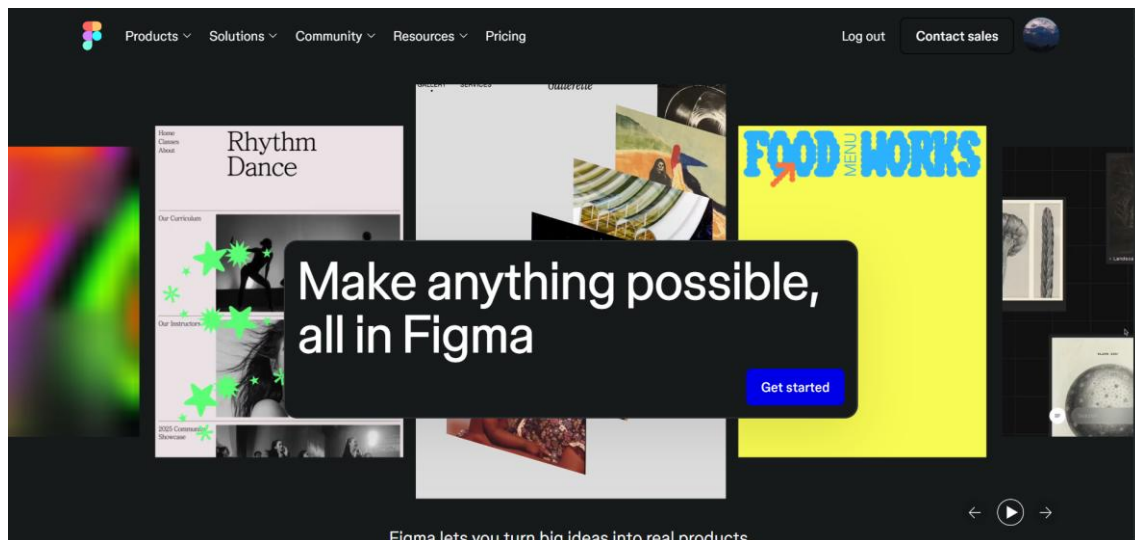
1. Incluir al menos 2 (pantallas) que muestren cada uno de los siguientes aspectos:

- Composición y distribución de los elementos en la pantalla.
- Tipografía y Colores
- Iconos, ilustraciones, gráficos

Pantalla 1 (Aliexpress):



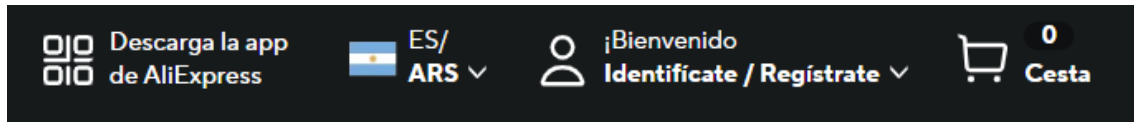
Pantalla 2 (Figma):



Indicar de qué sistema es la pantalla, objetivo o funcionalidad de la pantalla, conclusiones al respecto.

Pantalla 1: La pantalla pertenece al sitio de bienvenida de Aliexpress (<https://es.aliexpress.com/>) cuando un usuario recién ingresa a la página. Su objetivo en general es funcionar como sitio de bienvenida para los usuarios al recién ingresar al sitio web. Su funcionalidad se puede subdividir en las siguientes partes:

1:



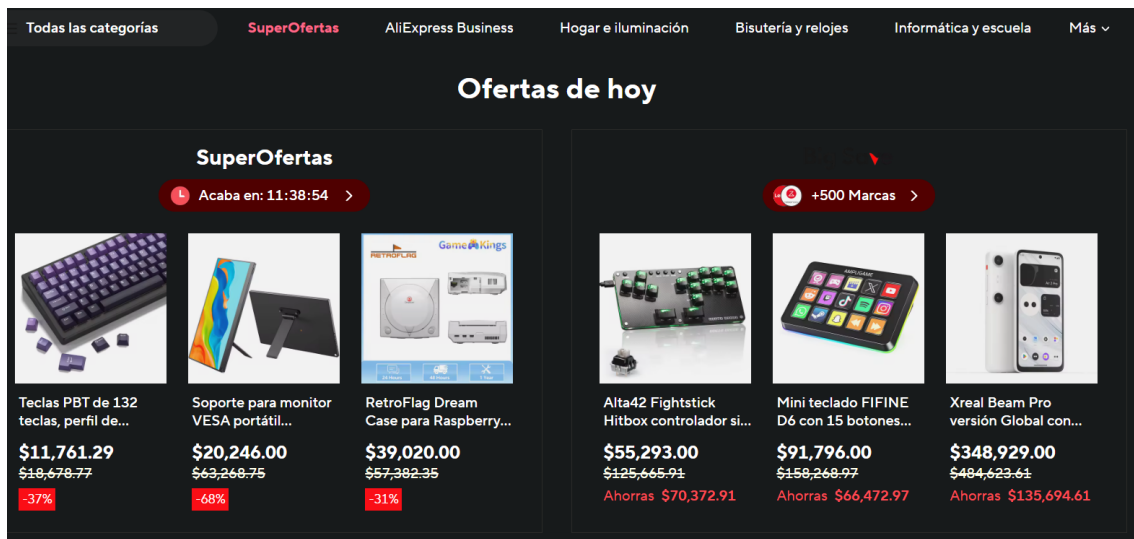
Permite gestionar el usuario eligiendo: cuenta registrada, país y consultar la cesta de compras con los productos seleccionados. Adicionalmente esta un botón que recuerda al usuario la posibilidad de que puede seguir operando la aplicación desde su celular.

2:



Permite buscar un producto específico al usuario.

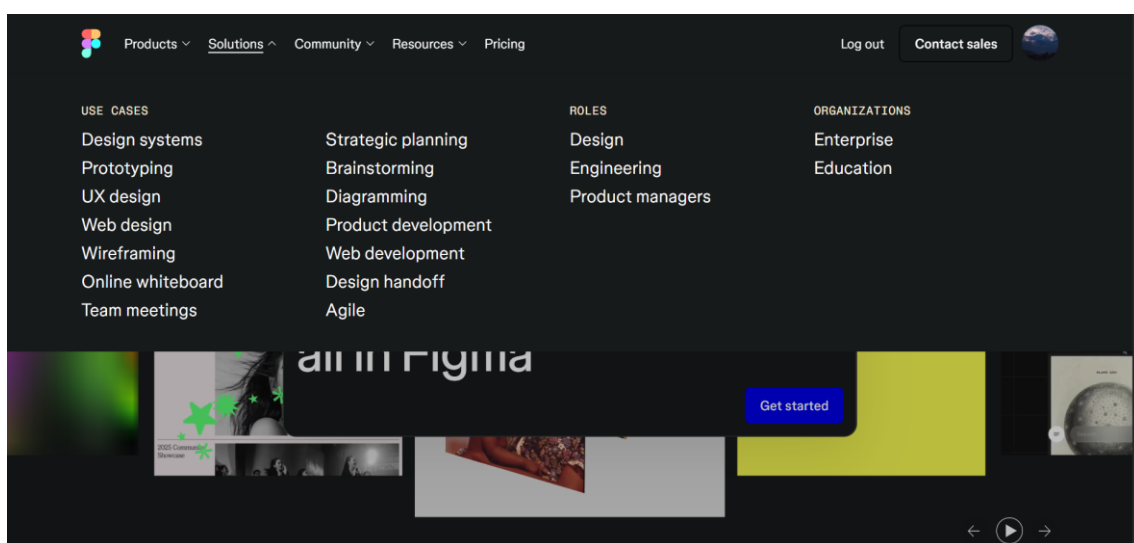
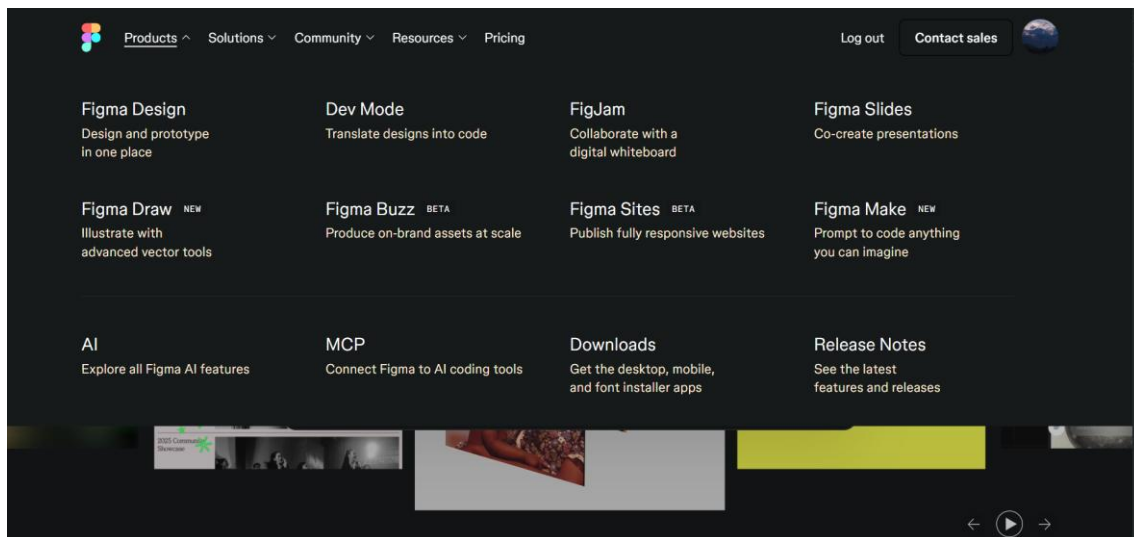
3:

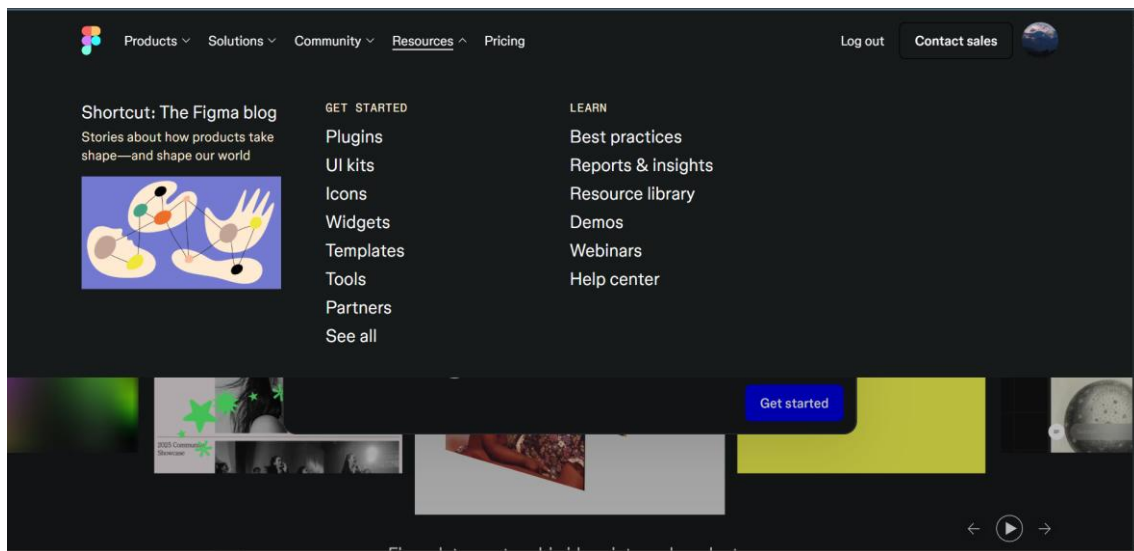
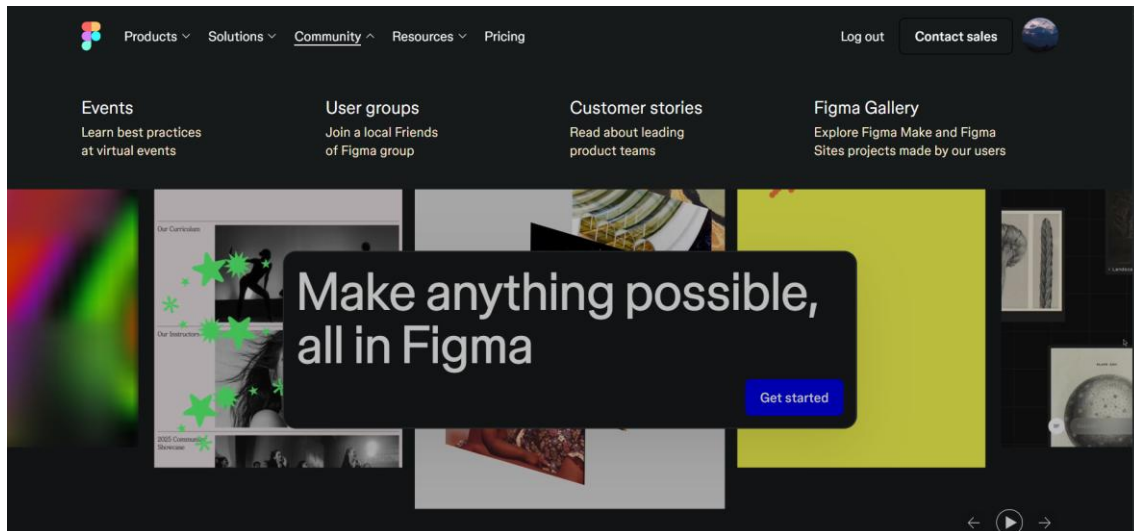


Se muestra al usuario ofertas atractivas ya sea porque están basadas en sus posibles intereses o por el precio reducido de los artículos para captar la atención de los clientes.

Conclusión: La pantalla analizada tiene una composición sencilla que busca enseñar mediante una sección de ofertas y categorías dar al cliente un paneo de los precios y productos que se podrían encontrar para incentivarlo a seguir explorando posteriormente los productos que se ofrecen en el sitio. Utiliza una tipográfica clara de leer con distinto grosor y tamaño para diferencias las secciones en la pantalla.

Pantalla 2: La pantalla enseñada es el sitio de bienvenida para el usuario en la página de Figma (<https://www.figma.com/>) . Su objetivo es presentar los productos, soluciones, recursos, precios y funciones relacionadas a la comunidad de los usuarios de los programas de Figma:

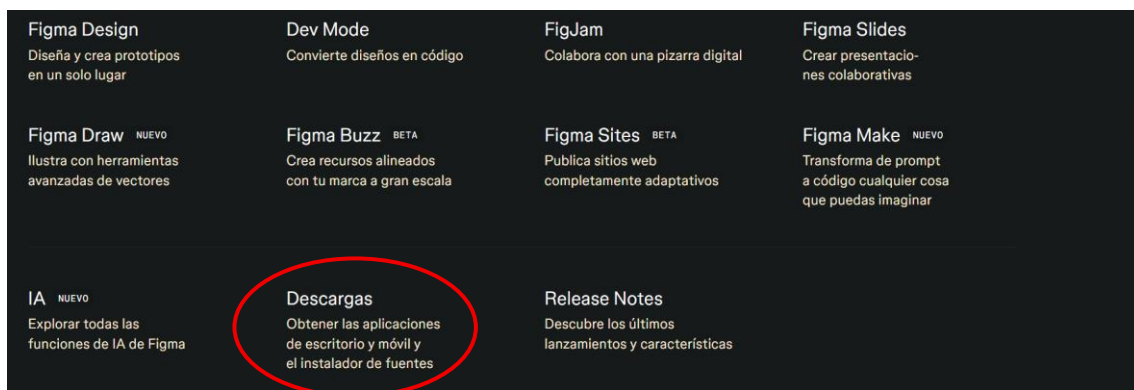




Starter		Professional		Organization		Enterprise	
		Monthly	Annual	Billed annually		Billed annually	
Free							
		Collab seat	\$3/mo	Collab seat	\$5/mo	Collab seat	\$5/mo
		Dev seat	\$12/mo	Dev seat	\$25/mo	Dev seat	\$35/mo
		Full seat	\$16/mo	Full seat	\$55/mo	Full seat	\$90/mo
Select plan		Select plan		Select plan		Contact sales	

- Composición y distribución de los elementos en la pantalla.
- Tipografía y Colores
- Iconos, ilustraciones, gráficos

La composición en general es agradable a la vista y atractiva para el usuario, y sus secciones reflejan de forma clara su contenido. Las imágenes, iconos y gráficos son llamativas y reflejan las cualidades de los productos de software que la empresa busca vender. Algo a cuestionar es que el botón de descarga de sus productos se encuentra algo escondido para el usuario, lo que puede resultar confuso al querer explorar el sitio:



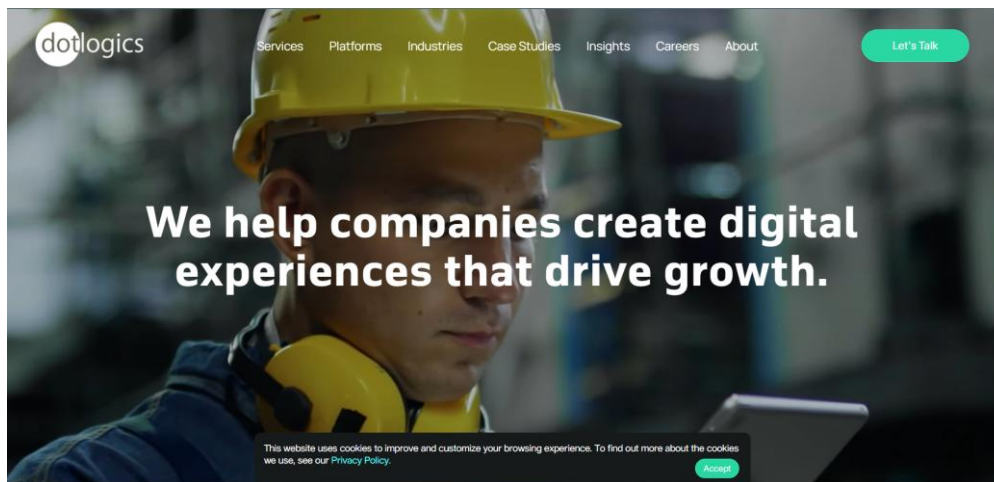
Conclusión: Es un sitio web con estética y funcionalmente atractivo para el usuario al que se le sugeriría reposicionar el botón o la sección de descargas para facilitar la navegación del sitio y mejorar la experiencia del usuario, ya que de lo contrario la sensación de hallar el botón de descarga puede originar un sentimiento de molestia o frustración inicial en el usuario, lo cual no es una buena asociación con la marca de Figma y sus productos de diseño.

2. Mostrar pantallas que muestren el buen uso de los siguientes componentes:

- Botones
- Campos de texto
- Menús desplegables
- Botones de radio y casillas de verificación
- Pestañas
- Grillas

- Notificaciones

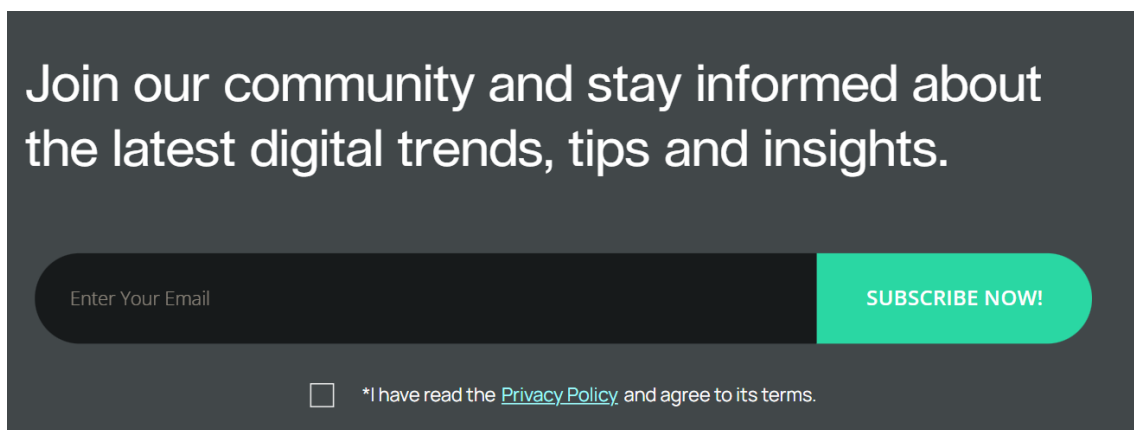
Pestaña:



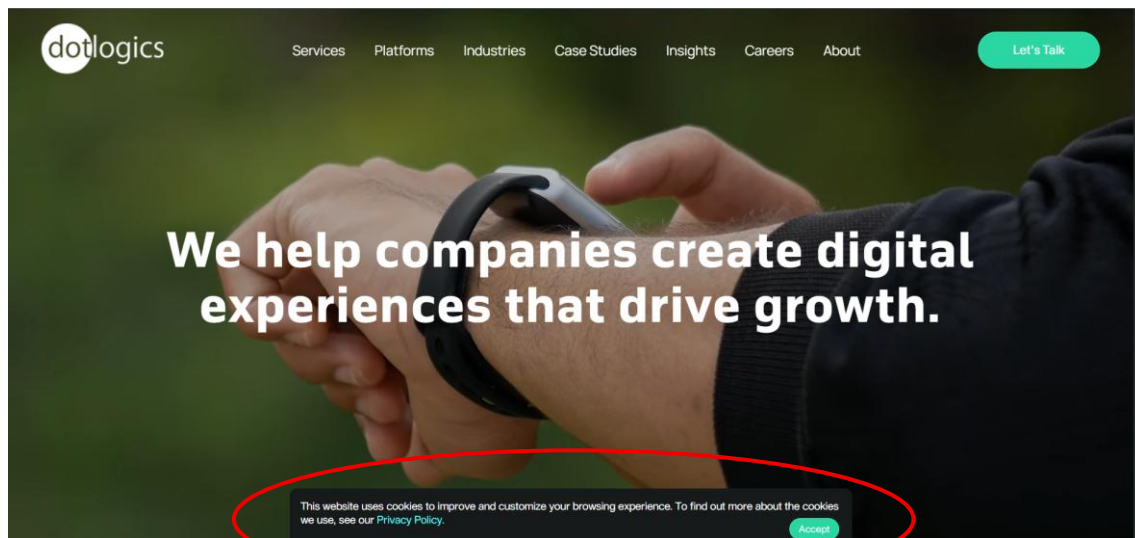
menú desplegable:



Botones de radio y casillas de verificación y campos de texto:



Notificaciones:



Grilla:

BUILDING BRANDS FOR WHAT'S NEXT

Strategize. Execute. Grow. We take your technological obstacles and convert them into opportunities for digital growth. Learn more about the clients that have entrusted us with expanding their brand recognition, coming up with innovative ideas for improving the usability of their websites, and driving increased sales.

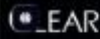


CAPTIVATE.



In the competitive fast-food industry, McDonald's website redesign prioritized global recognition and customer engagement. Every aspect was crafted to create an immersive experience, fostering meaningful connections worldwide.

[Read The Story](#)



DISCOVER.



Keeping branding fresh is necessary to ensure your company stands out among its competitors. We deployed experiential marketing and branding techniques to help Unilever stand out.

[Read The Story](#)



SHARE.



Incongruence between a company's self-perception and web branding often exists. We re-tooled ShopWorn's branding and website to ensure alignment with its role in the luxury products space.

[Read The Story](#)



INTERACT.



Brown University stakeholders wanted their Annenberg Institute for School Reform documents to be easily accessible. We re-envisioned accessibility to make it more navigable for users.

[Read The Story](#)

WORK TO BE PROUD OF

[Learn More](#)



Botones:

Full Service Digital Consultancy

For nearly 20 years, companies from around the globe have trusted Dotlogics to bring their ideas to life.

[Learn More](#)