Diseño Developers.

Clase 01 Diseño 01:

Vamos a comenzar con lo que es el diseño para lo que es la programación web. Y bueno, esto voy a comenzar con lo que es el proceso creativo y vamos a ver los pasos. De lo que es el proceso creativo. Pero siempre recuerden que la creatividad es algo que se puede desarrollar en una persona.

Si ustedes dicen, yo no, no tengo creatividad, no sé cómo hacerlo. Bueno, eh, tomando un aprendizaje correcto es que podemos lograr que esa creatividad se comienza a desarrollar en nosotros. Bueno a través de lo que le estoy mostrando en pantalla es que les voy a comenzar a hablar primero de lo que es eh para el proceso creativo.

Tenemos que pensar primero en lo que es la preparación que esta preparación se trata de investigar y recopilar información. Tenemos que investigar y recopilar la información que necesitamos para que tengamos justamente. El desarrollo de esta creat de creatividad, no, eh? Así que es lo primero es la preparación.

Lo segundo incubación que quiere decir incubación, experimentar y sintetizar, eh? Después tenemos el tercero, que es iluminación. Idear, imaginar que nos venga. La luz a nuestra cabeza y se nos ocurren ideas nuevas para implementar, eh? Bueno, también tenemos la cuarta que es evaluación, que es donde ya al haber investigado recopilado.

A haber este hecho una síntesis de todo y tener una idea haber imaginado algo. Ahí es donde podemos comenzar a hacer las críticas y replantear aquellas cosas que vemos que no han cerrado totalmente después ya aquí. Por último, tenemos lo que es la implementación que se trata de. Comenzar a construir ya todo esto que hemos hecho todo este proceso.

Comenzamos a construir y a trabajar en cada cosa, no? Entonces lo primero, repasemos. Investigamos y recopilamos toda la información relativa a un problema o algo que queramos solucionar. Dos, buscamos diferentes soluciones. Miramos. Cómo alguien ya lo solucionó. Eso es otro paso que podemos agregar allí.

Otras ideas más tres en lo que es la iluminación, aquí es donde se nos ocurren las ideas. Ideamos e imaginamos soluciones. Después. Cuatro es donde evaluamos si estas soluciones son prácticas, las que ya hemos obtenido. Si son viables, vemos los fallos y si es necesario. Eh, hacemos un replanteo, eh? De las soluciones y cinco, construimos este cuando ya estamos en la implementación, construimos la idea hasta el producto final.

Entonces, recuerden que la creatividad es algo que se desarrolla, pero a través, si seguimos estos cinco pasos, es que vamos a comenzar. A desarrollar la creatividad nosotros para este generar un una página web. Ahora veremos seis conceptos básicos de la composición en diseño.

Clase 01 Diseño 02:

Vamos a ver ahora seis conceptos básicos de la composición en diseño. El primero es el balance. Mmm, que esto trata de lo que es la posición de cada elemento, eh? Esa posición está dada por su peso visual, su peso que podría ser simétrico o as asimétrico. Dos contraste. Esto es señalar un concepto marcado por la diferencia entre dos elementos distintos.

Qué puede ser en algo distinto? Por ejemplo, hablando de dos elementos, podríamos hablar de algo claro y que es algo distinto a claro es oscuro, que es algo distinto a nuevo, algo antiguo que es algo distinto a grande. Si no pequeño. Entonces hay que. Eh lograr, eh, este señalar. Entonces este concepto.

Estas diferencias. Estos contrastes. Tres alineación, eh? Crear rutas visuales. Hay que crear rutas visuales. Esto es, eh, seguir una orientación. A línea nuestro diseño proximidad en lo que es sería dentro de nuestra de nuestro diseño web. Saber agrupar bien los elementos después, lo que es la repetición en la repetición, podríamos hablar del concepto de marca y también lo que es el espacio, como saber, hacer bien uso del espacio.

Que tenemos, no cierto, eh? Entonces, si no hacemos bien, uso del espacio que tenemos, podemos agregar tantas cosas que se ve todo así, eh? Muy eh, este encimadas todas las cosas que hemos agregado, eh? O podemos también saber este aprovechar bien el espacio, eh, para nuestro diseño y que se vea todo ordenado. Y que no refleje desorden o genera una incomodidad o un malestar.

Entonces estos son los seis conceptos básicos. Ahora les voy a hablar de lo que es el diseño responsivo, eh? Que responsive eh, design, eh? Bueno, el diseño responsivo es una metodología que nos permite crear, eh, diferentes diseños. Que sean adaptables a diferentes dispositivos. Qué dispositivos podemos estar hablando, sino un celular, una table, un ordenador?

Bueno, como garantizamos que nuestro diseño sea responsivo este esto que quiere decir que es adaptable, eh? Recuerden, es esto es que nuestro diseño sea adaptable a diferentes dispositivos. Bueno, uno, tenemos que empezar. Por dispositivos móviles. Esto nos garantiza que partimos desde el contenido básico hasta el contenido más complejo.

Entonces, cuando empezamos a diseñar nuestro sitio web o el sitio web hacia nuestro cliente que nos está contratando para que le creemos una página, debemos comenzar directamente pensando en que nuestro diseño. Eh, cómo se va a ver desde un celular? Mmm, eh, esto, eh? Cuando partimos desde aquí es donde, eh, vamos a encontrar más complicidades que en el memento de llegar a una pantalla de un ordenador.

Bueno, cómo garantizamos que nuestro diseño sea responsivo? Eh? Ya vimos la primera parte. Vamos a ver la segunda. Cómo hacemos separando las capas de contenido con la de funcionalidad así aseguramos que todo el contenido está accesible a todos los usuarios y utilizar sistemas de grilla y columnas, eh?

Las columnas son referencia para dividir el ancho de la página. Así es más fácil el diseño. Entonces la grilla, recuerden, es como generar una rejilla dentro de de nuestro diseño que no va a ser visible, sino simplemente va a generar unas columnas. Y ésta nos van a permitir medir el espacio desde un dispositivo celular tablet o ordenador.

Esto nos va a llevar a que logremos hacer un diseño más fácil a través de estas referencias.

Clase 01 Diseño 03:

 Ahora, vamos a ver lo que son diferentes metodologías para lo que es el diseñobueno aquí. Entonces, si después ustedes quieren hacer captura de esto que les estoy mostrando el diseño responsivo. Es una metodología para crear un diseño que sea adaptable entre los diferentes tamaños de pantalla. Comenzamos desde aquí, eh? Y va a haber una mejora progresiva y una degradación agraciada.

Entonces, comenzando de aquí, empezamos por dispositivos móviles, eh? El dato. Primero un este, el dispositivo móvil es óptimo cuando empezamos un este un diseño porque nos garantiza un crecimiento del contenido desde lo básico a lo complejo, mmm. Separa las capas de contenido y funcionalidad y usa sistemas de grilla y columnas.

Eso hacemos cuando empezamos con el diseño responsivo. Sí, desde la perspectiva de. Un celular. La pantalla de un celular en la mejora progresiva es de entonces donde partimos de una base sólida, eh? Cuál es la base sólida? Eh? La base es la pantalla para celular, teniendo nuestros elementos básicos y esenciales, pero estas pueden mejorar con capas de complejidad según las especificaciones de sistema o dispositivo del usuario.

Y la degradación agraciada es que partimos de una versión completa que le retiramos este mejoras para poder migrar entre las especificaciones de sistema y dispositivo recomendable para cuando ya se ha realizado el diseño. Hay a veces que esto, eh, el diseño responsivo se ha comenzado a diseñar una página desde la pantalla de un ordenador.

Y luego se ha ido este cambiando hacia este diferentes tamaños de pantalla, como una table y un celular, eh? Pero no es lo recomendable, eh? Sino que dentro del diseño de programadores, lo recomendable es comenzar desde el diseño, eh? Este con pantallas hacia dispositivos móviles.

Ahora las diferentes metodologías. Está la mejora progresiva que la mejora progresiva, eh, que es este en inglés? Sería progres en enhancement, eh? Se parte de una base donde tenemos solo los elementos esenciales del diseño para un móvil. E iremos ampliando la complejidad a medida que vamos subiendo hasta el PC.

Mmm. La pantalla amplia del PC. Después tenemos la degradación agraciada. Eh? Que se le llamaría cre food decret, eh? Bueno. Empezamos entonces de una versión completa y vamos reduciendo la complejidad a medida que bajamos de dispositivo. Este método se usa, sobre todo cuando la web ya está hecha y queremos adaptarla a móviles o tablets.

Estas metodologías afectan tanto al diseño como a la funcionalidad. Entonces, el diseño en código, cómo comenzaría uno los datos va a tener entonces el contenido. Eh dos, eh, va, vamos, va este. Vamos a tener el wave frames que ya vamos a ver. Bien, claro de que se trata. Y después del del wave frames, vamos a pasar a lo que es el html.

Después vamos a tener el diseño visual y es donde vamos a trabajar con cs. Y después vamos a tener las animaciones en donde vamos a involucrar el lenguaje de javascript.

Clase 01 Diseño 04:

 Ahora los tips para la accesibilidad y el diseño. Eh que esto bueno, eh, una parte importante de del diseño es la accesibilidad. La accesibilidad es la posibilidad de que cualquier persona pueda acceder a nuestra web. No? No importa la incapacidad que tenga. Esta accesibilidad es obligatoria en todas las webs.

Bueno, los diferentes tips que les voy a dar,eh? Bueno, primero, eh, usar los encabezados correctos en cada lugar, no utilizar los encabezados de manera ordenada para organizar la estructura. Cuando maqueamos la jerarquía debe estar marcada para que cuando alguien navegue con el teclado, entienda la importancia dentro de esta. Eh después, eh? Otro tip es usar fuentes legibles y visibles fácilmente, eh?

Así que bueno, utilizar tamaños de fuentes accesibles se debe utilizar tamaños de fuentes que puedan ser eh, vistos por cualquier persona, sin importar el dispositivo, evitar tamaños pequeños. Esto es algo que hay que tener muy en cuenta. Evitar los tamaños pequeños en las letras este en las fuentes que estamos utilizando.

Otro tip, eh? Debemos saber usar el contraste de colores adecuadamente en donde acá tenemos el número tres, utilizar colores que tengan un contraste adecuado. No todas, no todas las personas perciben los colores de la misma forma. O sea, no, no los pueden ver de la misma forma por ellos. Los colores deben de diferenciarse del fondo usando un buen contraste.

Eh? Eso, eso es muy importante, eh? Bueno, el cuarto tips. Hay que garantizar que estos colores no sean el único código para. Relacionar el contenido, eh, este debemos detener una alternativa del aspecto del contenido como bordes para ser accesibles a todos los usuarios. Luego vamos a venir al número cinco.

Mmm, eh? Diseña teniendo en cuenta los eventos de la página. Mmm. Eh, cuando estamos hablando de eventos, eh, este, estamos hablando de no quitar el focus o el actif eh que estos eh, y que estos sean diferentes. Mmm. Entonces, es importante porque es una á guia visual de sus acciones, eh? Luego vamos al trip número seis.

En donde, bueno, este añade debemos añadir este títulos descriptivos a los campos, eh? De un formulario mm. Entonces tenemos que añadir etiquetas, textos descriptivos o campos de formularios y la implementación de esto ayuda que los usuarios, eh tengan. Alguna descripción de algún error y puede ser escuchado por, eh, el lector de pantalla.

Mmm. Y por último, tenemos nos quedan dos, eh? Los al y descripciones, eh? En las fotos y videos es vital los alertas. Entonces, debemos escribir contenido descriptivo que pueda reemplazar videos e imágenes. Y, por último, evitar que las animan. Animaciones este bloque en el contenido. Esto garantiza que las animaciones este no bloque en el acceso al contenido, priorizar que la funcionalidad de la página no se ve afectada por algún implemento de diseño.

Entonces, estos son los tips que les quería mostrar. Eh con respecto a la accesibilidad y diseño para aclarar esto un poquito más, eh, vamos a decir que el tips número uno, eh, nos está queriendo decir que el ht debe estar estructurado correctamente para que para que los lectores de pantalla puedan proporcionar un detalle acertado al usuario.

La semántica en el htl es importante. Además, esto ayuda a la página en el CEO. El tip número dos. Bueno, eh, lo que son los tamaños de fuentes accesibles para aclararlo un poco más al utilizar tamaños de fuente demasiado pequeños. Evita que aquéllos con problemas de vista accedan a toda la información de nuestra página. Entonces allí hay hay algo de evitar importancia que se está perdiendo después.

El número tres, los contrastes adecuados, eh? Si se utilizan los colores incorrectos, puede llevar a información, texto o imágenes. A que éstos no sean visibles por ciertas personas. Recuerden que cada uno tiene perspectivas diferentes. El cuarto, debemos evitar categorización únicamente por colores. Cuando se categor rizan información por colores es bonito y fácil para ciertas personas.

Pero si no se le agrega alguna alternativa extra como bordes o separaciones marcadas, puede dificultar la comprensión para cierta población. Aclaremos un poco más. Ahora el tip número cinco, eh, no debemos dejar a un lado los estados focus y actif en el html porque estos proporcionan una ayuda visual.

Para que el usuario sepa en qué parte de la página se encuentra el tip número seis. Debemos agregar etiquetas y textos descriptivos a campos de formularios, videos e imágenes. No hay mucho más para agregar en el tip número siete. Debemos evitar animaciones que bloqueen el contenido. Esto provoca que aquellos que no tengan acceso. Por ejemplo, mouse, eh? No obtengan toda la misma cantidad de información que uno que si lo tiene, porque puede que algún usuario esté ingresando, eh, con solo con teclado, eh, que suele pasar?

Clase 01 Diseño 05:

 Bueno ahora, eh, ya no tengo mucho más que aclarar del tips número ocho, pero sí íbamos a pasar a lo que es este un brieff bueno, el brieff y los requerimientos técnicos. El primer elemento que debemos tener claro para construir una una aplicación. Es justamente el brieff tengamos en cuenta todo lo que hemos venido viendo, pero a la hora que yo les digo un prie ustedes me dicen qué es el brif? Bueno, un brif es la hoja de ruta para empezar a diseñar.

Es lo que, eh, este ya hable. En los pasos del proceso creativo en donde decíamos que hay que investigar y recopilar toda la información relativa con el proyecto, eh, o sea, con el proyecto a solucionar, es donde apuntamos esos datos que ya hemos recopilado. Las secciones más comunes son, aquí está. Eh, descripción del cliente o producto. Mmm. Descripción de la empresa o cliente, eh? Objetivos o retos el target o audiencia al que va destinado este producto servicio. La competencia que puede haber que, o sea, la estamos cuando estamos hablando de la competencia, son que tenemos un cliente que nos está pidiendo un diseño web.

Y ese cliente bueno tiene una competencia. Hay negocios que son la competencia dél. Entonces también tenemos que estudiar esta parte y tenerla presente. Y luego, eh. Cómo será la distribución? Es importante que este este documento, el brieff sea bonito, que esté bien organizado y podamos ver ver bien la jerarquía de contenidos.

Eh, es importante que cualquier persona que lea nuestro bief sepa que es lo que está leyendo. Que entienda bien el contenido que hemos puesto. Los objetivos. Este es la parte más importante porque de ahí vamos a partir para crear nuestro producto, eh? También es bueno tener un cronograma donde vamos a poner las fechas de las entregas. Y aquí es donde quiero mostrar un archivo. Mm, este es un brieff. Entonces tenemos un cliente que tiene un restaurante de hamburguesas. Entonces aquí vemos ordenadamente las jerarquías, como les decía tenemos el logo. Mmm, eh, este, y tenemos aquí ya ordenado por lo que es los objetivos como les iba diciendo recién. La descripción del cliente.

Primero, la descripción del cliente, los objetivos o retos. El público objetivo se al target o la audiencia al que va destinado a este producto servicio. Luego tenemos las competencias y aquí vemos que están añadidos también los enlaces de las competencias para que las investiguemos y veamos la distribución.

Mmm. Eh. Y luego el cronograma que aquí es donde, eh, vamos a poner las fechas de las entregas que vemos. La dila definición de objetivos. Tiene una fecha. Y así este cada cada paso tiene una fecha hasta que está la entrega final. Este es un grief mm. Y esto es lo que yo quiero que ustedes ahora comiencen a diseñar.

Para el e-commerce de este cuarto semestre y fin de tecnica. Entonces, lo primero que tienen que empezar a hacer, teniendo claros todos estos conceptos, eh, de diseño para lo que es una página web, eh? Entonces lo primero que tienen que hacer es construir este brif y lo tiene que hacer cada grupo. Cada grupo a empezar a construir este brieff.

Ahora, lo que tengo que aclararles que las características de un buen brieff, o sea, para llevar a cabo un buen briefing, deben completar como mínimo las siguientes preguntas. La número uno, cuál es la necesidad? Desafío o problema que se va a solucionar? Dos. Qué se espera lograr tres a quien se va a impactar cuatro?

Cuales son los beneficios que se van a obtener? Y cinco como se va a comunicar.

Clase 01 Diseño 06:

 Bueno, eh, hay diferentes tipos de brieff, eh, eh? Les voy a hablar un poquito para que tengan una idea bien amplia de de que lo que les estoy hablando con esto, eh, les voy a hablar de los más comunes. Por supuesto que no todos son iguales. Existen distintos tipos de brief y el contenido dependerá de la necesidad que quieres resolver y del equipo al cual se lo vayas a comunicar.

Eh? Bueno, el primer tipo de brif es el brif creativo. Un grif creativo es un tipo de documento que plasma un proyecto novedoso y busca un insigne e información clave desde la cual puede construir piezas publicitarias, generalmente un anuncio de TV o anuncios para otros medios. Como anuncios para la vía pública, anuncios para radios y redes sociales.

Este es el el primer tipo de brieff dentro de lo más comunes. El segundo es el brieff publicitario mm. Este brieff publicitario es parecido a la anterior, pero directamente va orientado a lo que es. El marketing resume una iniciativa de marketing concreta que quiere. Ponerse en marcha puede ser el lanzamiento de nuevo producto, el nuevo sabor de una bebida debido a una festividad especial, por ejemplo, día de las madres o un black Friday, o simplemente el posicionamiento de una marca.

Ahora, otro tipo de brif dentro de los más comunes es el brif de comunicación. Un brif de comunicación contiene. Eh, lo que son las piezas claves para el desarrollo de una estrategia de comunicación o relaciones públicas. Esto puede, esto quiere decir que puede incluir, eh, activaciones, eventos con periodistas, trabajos con influencias entre otros, eh?

Bueno, vamos a pasar a otro tipo. De def dentro de los más comunes, eh? Les estoy hablando ya del cuarto y es el brieff de diseño. Bueno, un bref de diseño responde a un requerimiento que se busca resolver desde el área visual. Puede ser para un sitio un new leer, eh, piezas para redes sociales, presentaciones.

Eh brocher institucionales, documentos descarg, blogs Lending page, eh, etcétera. Generalmente incluye información técnica sobre los formatos y sus especificaciones. Esto tiene que ver justamente con lo que hemos estado viendo, pero también, y no es menos importante dentro de los 10. De los tipos de brif comunes está el brif de programación, eh, en donde el brieff de programación contiene todo lo que necesita una empresa, eh, que sería marca, eh, este el profesional o emprendedor, y que se puede responder, eh, con un sitio, un blog, una herramienta o un app también incluye los elementos que él.

O la cliente esperan del sitio el blog, la su funcion, funcionalidades obligatorias y otros detalles, eh? Bueno, la respuesta de este tipo de brieff de programación se divide en dos, que la primera va a ser el baque. Esto, eh, saben que se orienta a como luce el sitio desde el punto de vista de programación, pero también.

La otra parte va a ser el florent en como luce para el usuario a través del diseño. Así que aquí acabo de nombrarles el cuarto y el quinto grief dentro de los diferentes tipos de brif más comunes. El brif de diseño y el briez de programación son importantes para el brieff que ustedes va a nacer para el e-commerce.

Pero. Eh, voy a nombrarles un último brieff de estos tipos de brieff más comunes es el brif de negocio, eh? Un brif de negocio es un documento que resume las necesidades y expectativas de un proyecto de negocio. Generalmente incluye información sobre el objetivo del proyecto, el público objetivo, el mensaje clave y el posicionamiento de la marca también puede incluir un análisis de la competencia.

Una estrategia de marketing y un plan de acción detallado. Mmm, esta es una herramienta importante para ayudar a las empresas a definir y enfocar sus esfuerzos de negocio y a comunicar de manera clara y concisa sus objetivos y expectativas a todos los involucrados en el proyecto. Ahora, eh, nos hacemos una pregunta.

Qué pasa si ahora? Nos paramos del otro lado. Y no somos nosotros los que presentamos un brieff, sino somos los que recibimos un brief. Ahora, qué hago? Eh? Que hago al recibir un brieff, eh? Puede ser un brieff interno o externo? Bueno, eh, lo primero que vamos a necesitar es comprobar a través de ese pedido.

Sí. Estamos entendiendo bien, porque, por ejemplo, nos puede venir un cliente y nos dice quiero que me diseñes mi sitio web y y al cliente ya viene. Entonces con un brieff armado. Entonces, lo primero que tenemos que comprobar es que estamos entendiendo bien lo que ha plasmado el cliente dentro de este documento.

Y tenemos que pensar en cómo es que podemos sumar valor, eh, a nuestro rol de asesor o asesora. Y bueno, tenemos que tener en cuenta también que no se trata únicamente de responder a una necesidad concreta, sino también de analizar si la solicitud del cliente es lo que él está necesitando realmente aquí.

Este es necesario un análisis bien profundo. Bueno, en caso de que no sea así, eh que el cliente realmente no esté proporcionando allí realmente él no esté enfocado en lo que necesita, eh, debe, deberemos gestionar cómo presentar algo diferente a lo que está pidiendo el cliente y también pensar en cómo justificarlo para bridle más peso a la decisión que nosotros los queremos introducir al cliente.

Eh? Bueno, recordemos que al memento de recibir un brieff, si es de parte de un cliente, vamos a necesitar o vamos a requerir un memento de análisis para entender el pedido específico y pedir clarificación con algunas herramientas, eh? Como la reescritura del brieff, eh, eh, la clarificación es que. Quizás no estamos entendiendo bien en totalidad.

Recuerden lo que nos está pidiendo el cliente. Entonces tenemos que preguntarle para clarificar las cosas y nosotros reescribir ese brif para que quede aún más claro para el cre y para nosotros, eh? Bueno, necesitamos también aprovechar el uso de la herramienta del brif, por ejemplo, el marketing, por más sencillo que sea el pedido.

Eh. Así que, bueno, veremos que vamos a poder experimentar una mayor eficacia en el empleo del tiempo. Y este vamos a experimentar un nuevo nivel de efectividad a la hora de transmitir lo que necesitamos. Todo esto hace que, eh sea más sencillo el trabajo nuestro como programadores.