

## Tema 5

- La accesibilidad es tratar de asegurar que todo el mundo pueda acceder a los contenidos de una Web
- El W3C es un consorcio formada por organizaciones, personal y público que trabajan conjuntamente para desarrollar normas y estándares web.
  - Su misión es “Guiar la web hacia su máximo potencial siguiendo protocolos y pautas que aseguren dicho crecimiento”
- Las pautas de accesibilidad web:
  - Los sitios web deberían ser fáciles o perceptibles
  - Los sitios web deberían ser fáciles de operar
  - Un sitio web debería de ser comprensible fácilmente
  - Un sitio web debe ser robusto
- Los puntos de verificación permiten
  - Guiar el proceso de desarrollo de sitios web
  - Evaluar diseños web atendiendo a criterios de accesibilidad
- ¿Cómo Evaluar?
  - Seleccionar la/las pagina/páginas web a evaluar
  - Usar distintos navegadores con distintas opciones
  - Usar un navegador de voz
  - Utilizar, al menos, dos herramientas de evaluación
  - Resumir los resultados
- Herramientas accesibilidad
  - Hardware
    - Dispositivos avanzados, adaptados para las personas con discapacidad
    - Apuntadores
    - Conmutadores
    - Teclados especiales (braille)
    - Webcams

- Software
  - Ayuda técnica (lectores de pantalla, magnificadores de pantalla...)
  - Traductores
  - Varios (programas que, a través de la web-cam puedes hacer de cursor con tu cabeza)

## Tema 6

- La usabilidad es la habilidad que tiene el software para ser entendido, aprendido, usado y ser atractivo para los usuarios.
  - La usabilidad es un atributo de calidad y, por tanto, cualitativo
  - Mide lo fácil que es de usar una web para un determinado usuario
  - Determina la calidad de la relación máquina-hombre
- Finalidad:
  - Lograr la satisfacción y una mejor experiencia para el usuario
  - Para ello debemos determinar la eficacia y eficiencia en el uso de la web y sus funciones
- La usabilidad en una web es:
  - Estructurar los menús de una forma clara y ordenada
  - Contenidos bien estructurados
  - Sistema de guía para el usuario
  - Mensajes claros
  - Procesos lógicos y esperados
  - Posibilidad de recuperarse ante el error
- En los años 90 crear una página web era un reto técnico y se buscaba diferenciarse de los medios ya existente.
- Técnicas
  - Técnicas de sondeo e indagación son aquellas técnicas basadas en la realización de entrevistas, cuestionarios y aquellas variantes en las que se preguntan a usuarios reales que buscan o necesitan de un sitio web
  - Inspección: Se necesita el acceso a expertos, guías de estilos... con la que poder revisar y analizar el sitio web que se ha desarrollado o se está desarrollando
  - Prueba: Conjunto de actividades para probar las ventajas o limitaciones de un sitio web en las que se requiere la participación de usuarios.
- Diseño centrado a usuario Es una filosofía que se basa en crear sitios web, pensando en las necesidades del usuario para lograr una satisfacción y una mejor experiencia de usuario
- Tipos de sitio web:
  - Públicos, sin contenido restringido para el usuario
  - Públicos, pero el cliente tiene que registrarse para poder ver algunos contenidos
  - Privados, el acceso solamente está abierto para los usuarios de la empresa.
- Sugerencias:
  - Ofrecer enlaces de “volver”
  - El menú de navegación, siempre disponible
  - Identificar la situación actual en el sitio web
  - Optimizar la carga

## Tema 7

- El SEO es el proceso que tiene por objetivo incrementar y mejorar la presencia de un sitio web en las páginas de resultados de los buscadores.
- Beneficios
  - Incremento de visitas, y por tanto las ventas
  - La mayor parte de los clics se realizaron sobre resultados orgánicos
  - Se mejora la imagen que tiene la marca y la reputación
  - Se reducen los costes del Marketing
- Link Building
  - Distribuir tu contenido en las redes sociales
  - Emplear relaciones publicar online
  - Generar noticias
  - Alta manual en buscadores y directorios especializados
- Un buscador es un programa que busca en documentos unas palabras específicas y devuelve una lista de documentos que las contienen
- Funcionamiento:
  - Antes:
    - Rastreo: recorrer la web, encontrar enlaces y recompilar datos (telaraña)
    - Indexación: crear índices de contenidos
  - Después
    - Ranking mediante un algoritmo, crear un ranking en función de lo relevante que sea el contenido
    - Displaying: mostrar los resultados
- El algoritmo del buscador es un programa informático que buscan pistas para ofrecer los resultados más relevantes
  - Google utiliza más de 500-600 algoritmos
- SERP (Search Engine Results Page), aquí encontraremos, anuncios y los resultados orgánicos y naturales
- Criterios de ordenación de un resultado:
  - Intra-Site Los que recolectan información desde el propio sitio web
  - Extra-Site Los que se infieren a partir de enlaces externos a la web
- Criterios del Extra-Site
  - Numero de enlaces externos
  - Relevancia de las paginas
  - Las palabras incluidos en el enlace
  - La diversidad y dispersión
- Criterios del Intra-Site
  - Relevancia a la localidad de búsqueda
  - Antigüedad del dominio
  - Palabras clave dentro del dominio
  - Las palabras del title
  - La utilización de las secciones
  - La anatomía de enlaces internos
- META-TAGS son una serie de etiquetas que se escriben en la sección de cabecera de las paginas HTML, que no son visibles para el usuario final, algunas son:
  -

- Keywords: contiene palabras clave que describen la naturaleza del contenido de la página en la que se encuentra
- Descripción: El texto de este campo se suele utilizar como snippet en búsquedas genéricas
- Robots: Contiene información de cómo deben rastrear los buscadores la página. Valores:
  - Index, no Index: indica si se debe indexar o no
  - Follow, NoFollow: Indica si deben progresar a los enlaces de la pagina
  - None: Ignora la pagina
  - NoArchive: No almacenar en cache este documento
- PageRank Es un algoritmo de análisis de enlaces cuyo objeto es el cálculo de la importancia de una página en función del número de enlaces que contiene y recibe de otras fuentes. Criterios
  - Que los términos buscados estén en el nombre del dominio
  - La antigüedad del dominio
  - El número de la relevancia de los enlaces externos
  - El texto utilizado en los enlaces externos
- SiteMap: Es un fichero en formato XML generado por los buscadores que contiene información sobre las paginas disponibles de actualización de los contenidos
- Robots TXT es un fichero alojado en la raíz del sitio web, que se especifica que paginas y/o directorios se pueden indexar en los navegadores
- SPAMINDEXING es una técnica para “engañar” a los buscadores y hacerles creer que ciertas paginas tienen mas relevancia de las que tienen.
- Los buscadores tienen mecanismos de detección de prácticas ilícitas para mejorar el ranking, pueden reducir tus resultados hasta eliminarlo de manera completa
-