2º Evaluación Diseño Web

# 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:
    - Índex, no Índex: 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