

Universidad Tecnológica de Panamá

Facultad de Ingeniería de Sistemas Computacionales

Lic. Desarrollo de Software

Desarrollo de Software IX

Prof. Erick Agrazal

Asignación 1

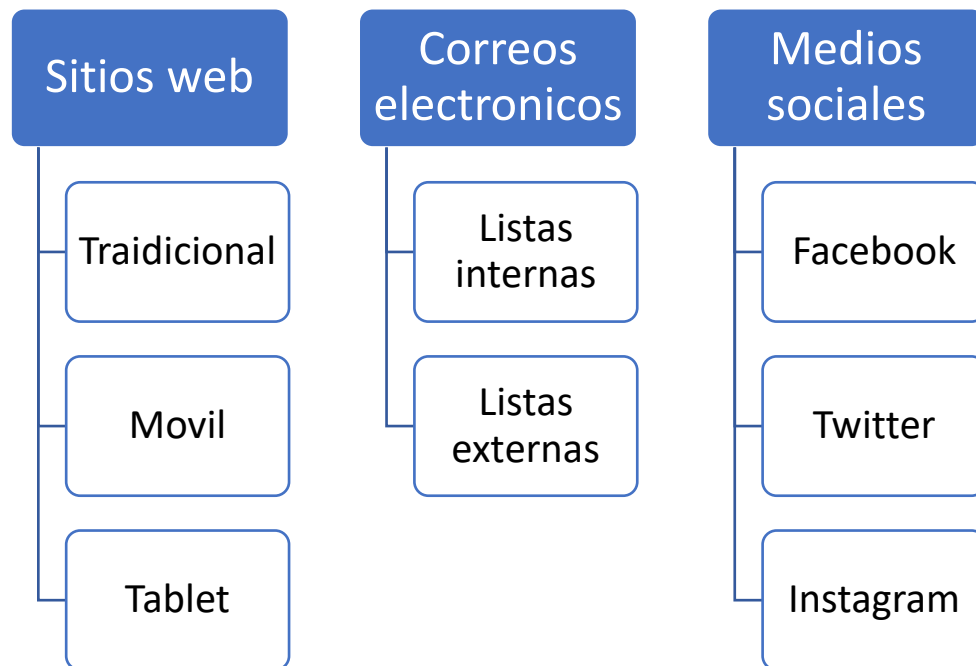
Luis Trigas 8-903-1946

Foad Hashemí N-19-491

La Infraestructura del comercio electrónico

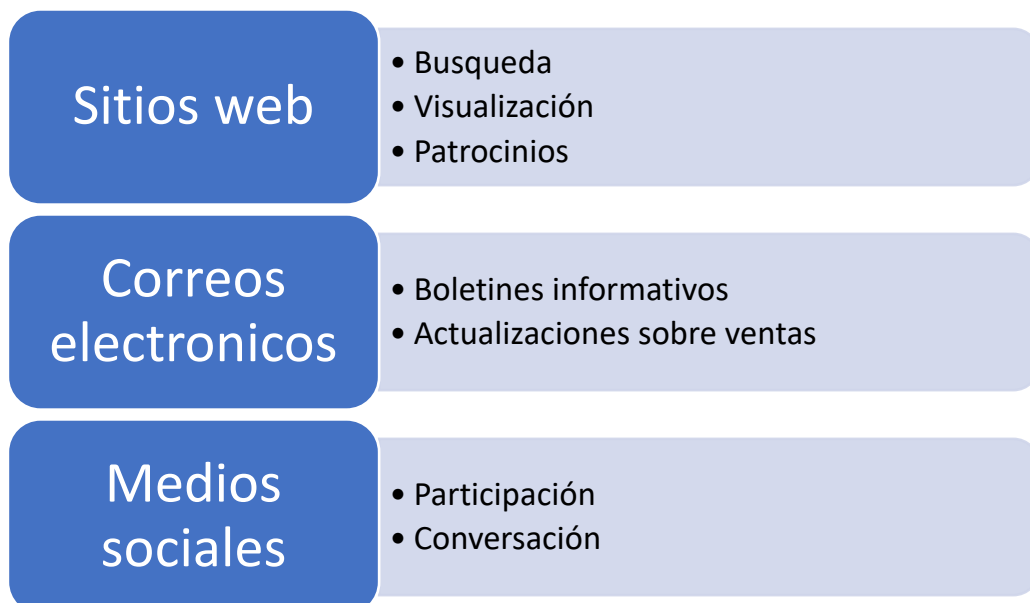
Al momento de elegir o crear un sitio web para el comercio electrónico es necesario tener en mente un diseño atractivo tanto para el cliente como para los motores de búsqueda, ya que estos últimos van rastreando y catalogando conforme el tipo de contenido este estructurado en los diferentes sitios webs para mostrarle a sus usuarios la mejor opción posible.

También es necesario la creación de un mapa sobre el tipo de presencia que se quiere tener en el medio.



*Cabe destacar que la creación de aplicaciones entre en la plataforma de Sitios web.

Tipo de actividades que se realizan en cada plataforma para la presencia:

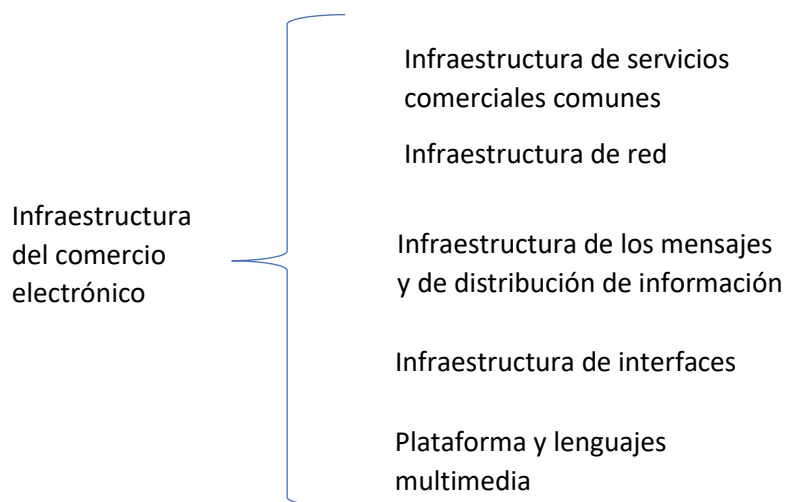


Al momento de diseñar un proyecto de comercio electrónico, se ha de seguir con las clásicas y fundamentales normativas de la ingeniería de software, las cuales se basan en los procesos necesarios para la creación de software de calidad y ahorre de recursos. Un ejemplo básico para, en este caso la creación de un Sitio web o aplicación móvil es:



Url: <https://estandarsw.wordpress.com/category/estandares-del-ciclo-de-vida-del-software/>

La manera es como esta dividida esta infraestructura es:

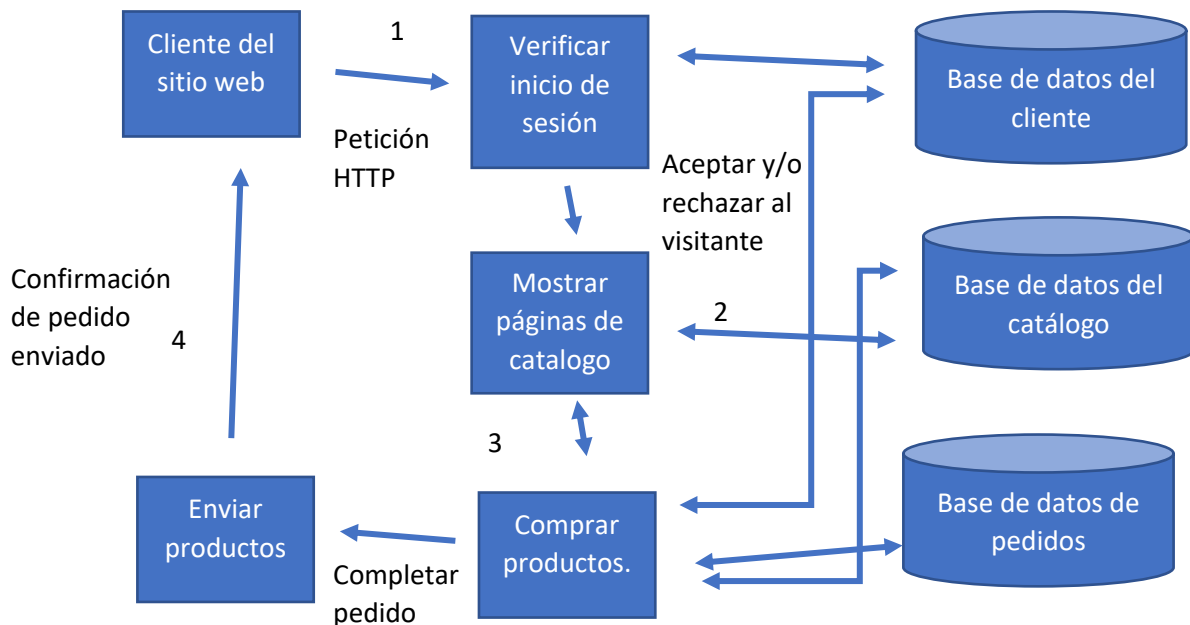


- Infraestructura de **servicios comerciales comunes**: como directorios, catálogos, tarjetas inteligentes de seguridad o autenticación, instituciones intermediarias para el pago electrónico.
- Infraestructuras de **red**: tiene que ver con todo lo que son conexiones de red como Internet, dispositivos electrónicos, extranet.
- Infraestructuras de los **mensajes y de distribución de información**: Intercambio electrónico de datos, correo electrónico.

- Infraestructura de interfaces: hace referencia a bases de datos, agenda de clientes y aplicaciones y sus interrelaciones.
- Plataformas y lenguajes multimedia para la infraestructura pública de red: HTML, JavaScript, VRML, XHTML.

Estructura del diseño lógico y físico de un sitio web para el comercio electrónico:

Proceso: flujo de un cliente entrando al sitio web y comprar un producto.



Recorrido del diagrama.

1. Un cliente al entrar al sitio web de comercio realiza el inicio de sesión el cual es verificado en la base de datos de clientes registrados previamente.
2. Al verificarse se procede a mostrar el catálogo disponible dentro de la base de datos.
3. El cliente selecciona un productos o servicios del catálogo y completa la compra del mismo.
4. Al completarse la compra se realiza la confirmación y envió de los productos o servicios al cliente.

Plataformas utilizadas en el diagrama:

- Internet/Web
- Hardware (Servidores) o Servicio Remoto
- Sistemas de pago en línea (Ejemplos: PayPal)
- Plataformas móviles (Adaptar o generar una versión del sitio para que los dispositivos móviles puedan navegar por ella de una manera más cómoda y amigable para el usuario.

Diseño físico de las plataformas de software y hardware utilizadas de modo de ejemplo del diagrama presentado anteriormente



Bibliografía: E-commerce 2013, 9na Edición – Kenneth C. Laudan

El comercio electrónico en los dispositivos móviles tiene 2 variantes: la aplicación web móvil y la aplicación nativa.

Las aplicaciones web móvil son como explicados anteriormente paginas o sitios webs adaptados para el dispositivo utilizando técnicas o modelos denominados “responsive” (Estos adaptan automáticamente su contenido al tamaño o resolución de la pantalla del dispositivo visualizándolo), es esta manera se consumen menos recursos de desarrollo y mantenimiento debido que al producir y mantener el sitio web, la “versión” móvil se actualiza al mismo tiempo.

Las aplicaciones nativas son aquellas programadas en un lenguaje específico que el sistema operativo de los dispositivos móviles puede interpretar de manera nativa o natural. Estas consumen más recursos de desarrollo debido a la diferencia de arquitectura, y variedad de dispositivos que no usan el mismo sistema operativo, esto indica que se debe crear una aplicación nativa por cada sistema operativo diferente. Aun así, estas aplicaciones tienen ventajas debido que al estar instaladas en el dispositivo, pueden descargar contenido y usar el mismo o incluso poseer funcionalidades sin necesidad de una conexión de internet.

Generar presencia en el mercado objetivo, también es necesario realizar patrocinios o invertir en publicidad. La publicidad puede ser presentada en los motores de búsqueda como en las aplicaciones nativas, sitios comerciales ajenos. Esto puede generar interés al potencial cliente induciéndolo a visitar nuestro sitio web o aplicación (nativa o web móvil) y de allí generar alguna ganancia con la venta de algún servicio o producto.

Conclusiones

El comercio electrónico es uno de los sectores más abundantes y que más generan dinero en el internet. Grandes negocios y pequeños por igual han optado por expandir sus negocios al internet, Utilizando las plataformas y herramientas existentes.

La creación de un sitio, sistema o plataforma comercial se debe de seguir con el mismo proceso de producción de software, desde el planteamiento y estudio de opciones y objetivos el cual es parte de la ingeniería de software, pasando por la programación y prototipado del software, hasta la sección de mantenimiento y actualización del mismo. El uso de plataformas existentes básicas de cualquier otro producto de software moderno: Internet/web, plataformas de mensajería y correo, redes y conexiones, multimedios, etc.

También el comercio electrónico no es únicamente sitios webs, también se apoya fuertemente en la publicidad y patrocinio en otros sitios webs ajenos y plataformas sociales para atraer a posibles clientes a ver y consumir sus productos.

Luis Trigás.

Los sitios comerciales y la publicidad son las partes fundamentales del comercio electrónico, también los sistemas de pagos on-line ya que facilitan el proceso de compra de los productos y servicios. La infraestructura del comercio electrónico es fundamentalmente la misma de la que usan otros sectores de la informática con algunos añadidos para potenciar el comercio. Para detallar la infraestructura del comercio electrónico se dividiría en: redes, internet, interfaces, mensajería, correos, etc.

Existen diferentes formas de como atraer o llegar al cliente para que compren o utilicen los servicios de los comercios electrónicos, desde publicidad en sitios web, hasta creación de aplicaciones nativas de un comercio.

El público o los clientes son bombardeados con mucha publicidad, debido a esto es necesario identificar a que mercado “atacar” para diseñar publicidad que sea atractiva y no invasiva.

Foad Hashemí.