

Diseño y Gestión de Sitios Web

Economía, Administración & Contaduría | Comercio

Descripción del Curso

Esta unidad forma parte del curso de Comercio y se orienta a desarrollar competencias en gestión de contenidos, administración de roles de usuario y seguridad en plataformas de comercio electrónico. En la Unidad 6: Gestión de contenidos, roles de usuario y seguridad, se abordan las herramientas y prácticas necesarias para configurar y administrar contenidos y perfiles de acceso, definir flujos de publicación para contenidos y productos, y establecer medidas de seguridad básicas para proteger la información y la operación del sitio. El curso tiene como objetivo integrar conceptos teóricos con prácticas reales, de modo que los estudiantes puedan aplicar estos conocimientos en contextos empresariales y de emprendimiento digital. A partir del material de la unidad, los estudiantes aprenderán a: configurar roles y permisos de usuario y definir flujos de publicación para contenidos y productos; establecer procesos de revisión y aprobación de contenidos para garantizar calidad y seguridad; e implementar medidas de seguridad básicas (control de acceso, contraseñas, copias de seguridad) y buenas prácticas de protección de datos. El aprendizaje se apoya en ejemplos de sitios de comercio electrónico, ejercicios de configuración de CMS, estudios de casos y prácticas de laboratorio que promueven la reflexión ética y la responsabilidad institucional en el manejo de información y seguridad digital.

Competencias

- Configurar contenidos y definir flujos de publicación, gestionando roles y permisos de usuario en plataformas de comercio electrónico.
- Diseñar e implementar procesos de revisión y aprobación de contenidos, garantizando calidad y seguridad de la información.
- Aplicar medidas de seguridad básicas (control de acceso, gestión de contraseñas, copias de seguridad) y buenas prácticas de protección de datos.
- Desarrollar pensamiento crítico y ético para gestionar datos de clientes y cumplir con normativas de privacidad.
- Colaborar y comunicarse efectivamente con equipos de desarrollo, marketing y seguridad para planificar e implementar soluciones.
- Resolver problemas en contextos reales de comercio electrónico, adaptándose a distintas plataformas y escenarios.

Requerimientos

- Conocimientos básicos de informática y fundamentos de seguridad de la información.
- Acceso a una plataforma de gestión de contenidos (CMS) o entorno de prueba para prácticas.
- Acceso a la plataforma de aprendizaje y a un entorno de prácticas con roles y contenidos simulados.

- Equipo con conexión a Internet, navegador web moderno y actualizado.
- Lecturas, casos de estudio y ejercicios prácticos proporcionados por el instructor.
- Compromiso para realizar prácticas de seguridad y protección de datos durante las actividades de laboratorio.

Unidades del Curso

Unidad 1: Unidad 1: Diseño centrado en el usuario y experiencia de compra en ecommerce

Objetivos de Aprendizaje

- Analizar principios de diseño centrado en el usuario (usabilidad, accesibilidad, heurísticas) y su impacto en la experiencia de compra y la conversión.
- Aplicar estos principios a casos de comercio electrónico para evaluar decisiones de diseño.
- Explicar cómo las decisiones de diseño influyen en métricas de conversión y satisfacción del usuario.

Contenidos Temáticos

1. **Principios de diseño centrado en el usuario para ecommerce** – Descripción corta: fundamentos de DCU, usabilidad y accesibilidad aplicados al diseño de tiendas online.
2. **Experiencia de compra y conversión** – Descripción corta: cómo las interacciones del usuario guían la navegación, la confianza y la intención de compra.
3. **Métricas de experiencia y conversión** – Descripción corta: indicadores simples (tiempo de tarea, tasa de finalización, satisfacción) y su relación con la conversión.

Actividades

- **Actividad 1: Análisis de casos de DCU en ecommerce** — Analizar tiendas online para identificar principios de DCU, justificar decisiones de diseño y proponer mejoras orientadas a la conversión. Puntos clave: identificación de patrones de usabilidad, coherencia en el diseño y su influencia en la confianza del usuario.
- **Actividad 2: Evaluación heurística de una tienda online** — Realizar una revisión heurística centrada en la experiencia de compra, documentar hallazgos y priorizar mejoras de usabilidad.
- **Actividad 3: Rediseño corto de una página de inicio** — Proponer mejoras de la página de inicio orientadas a la conversión, justificar cambios y presentar prototipos conceptuales.
- **Actividad 4: Debate y reflexión sobre experiencia de compra** — Discusión guiada sobre cómo distintas decisiones de diseño afectan emociones, confianza y decisión de compra, con conclusiones sobre buenas prácticas.

Evaluación

Se evaluarán los objetivos de aprendizaje mediante los siguientes instrumentos y criterios:

- **Objetivo general:** Informe analítico y presentación de caso; criterios: identificación correcta de principios de DCU, relación clara con experiencia de compra y conversión, propuestas fundamentadas.
- **Objetivo específico 1:** Rúbrica de análisis de casos; criterios: cobertura de principios clave, evidencia de impacto en experiencia y conversión, claridad de argumentos.
- **Objetivo específico 2:** Informe de evaluación heurística; criterios: calidad de observación, priorización de mejoras y justificación de cambios.
- **Objetivo específico 3:** Producto de diseño (prototipo o mockup) con justificación; criterios: coherencia con DCU, viabilidad y claridad de relaciones con conversión.

Unidad 2: Unidad 2: Arquitectura de la información y navegación para ecommerce

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar técnicas y estructuras de IA (taxonomía, mapas de sitio, etiquetado) aplicables a ecommerce.
- Diseñar esquemas de navegación, menús, breadcrumbs y flujos de usuario orientados a la conversión.
- Elaborar un plan de IA y pruebas de usabilidad para validar la arquitectura propuesta.

Contenidos Temáticos

1. **Arquitectura de la información en ecommerce** – Descripción corta: fundamentos de IA, taxonomía, clasificación de productos y contenido.
2. **Estructura de navegación y flujos de usuario** – Descripción corta: menús, breadcrumbs, barras de acción y rutas de compra optimizadas.
3. **Mapas de sitio y pruebas de IA** – Descripción corta: creación de mapas de sitio, esquemas de navegación y revisión de IA mediante pruebas de usabilidad.

Actividades

- **Actividad 1: Análisis de IA de un sitio ecommerce** — Revisar la estructura de un sitio real, identificar puntos de mejora en IA y navegación, y proponer ajustes.
- **Actividad 2: Diseño de mapa de sitio para un ecommerce hipotético** — Crear un mapa de sitio, taxonomía y rutas de usuarios para maximizar la conversión.
- **Actividad 3: Prototipo de navegación y flujo de usuario** — Diseñar rutas de usuario para escenarios de compra y validar con una prueba de usabilidad rápida.
- **Actividad 4: Evaluación heurística de navegación** — Aplicar heurísticas a la estructura de navegación y priorizar mejoras.

Evaluación

Instrumentos y criterios de evaluación alineados con los objetivos:

- **Objetivo general:** Entrega de mapa de sitio y esquema de IA con justificativas; criterios: claridad de IA, coherencia con flujo de compra y facilidad de navegación.
- **Objetivo específico 1:** Informe técnico sobre IA; criterios: correcta clasificación, etiquetado consistente y cobertura de necesidades de ecommerce.
- **Objetivo específico 2:** Propuesta de navegación y flujos de usuario; criterios: rutas lógicas, minimización de clics y apoyo a la conversión.
- **Objetivo específico 3:** Plan de pruebas de usabilidad; criterios: metodología, métricas simples y resultados interpretables.

Unidad 3: Unidad 3: Prototipos de interfaces (wireframes) y pruebas de usabilidad

Objetivos de Aprendizaje

- Elaborar wireframes para las páginas clave: inicio, catálogo, producto, carrito y checkout.
- Aplicar técnicas básicas de validación de usabilidad (pruebas con usuarios) y registrar hallazgos.
- Documentar resultados y proponer mejoras de diseño para aumentar la usabilidad y la conversión.

Contenidos Temáticos

1. **Wireframes y herramientas** – Descripción corta: conceptos de wireframing y uso de herramientas como Figma, Balsamiq o Sketch.
2. **Páginas principales de un ecommerce** – Descripción corta: inicio, catálogo, página de producto, carrito y checkout, con objetivos de cada una.
3. **Pruebas de usabilidad básicas** – Descripción corta: métodos simples, reclutamiento de participantes y registro de hallazgos.

Actividades

- **Actividad 1: Desarrollo de wireframes para las páginas clave** — Crear bocetos de baja fidelidad para inicio, catálogo, producto, carrito y checkout, explicando decisiones de diseño.
- **Actividad 2: Pruebas de usabilidad rápidas** — Realizar pruebas con 3-5 usuarios, registrar tiempos, errores y satisfacción.
- **Actividad 3: Análisis de resultados y mejoras** — Sintetizar hallazgos de usabilidad y proponer mejoras priorizadas.
- **Actividad 4: Documentación de prototipos** — Compilar wireframes y conclusiones en un informe de diseño.

Evaluación

Instrumentos y criterios alineados a los objetivos:

- **Objetivo general:** Entrega de wireframes y reporte de pruebas; criterios: fidelidad a funciones, claridad de navegación y utilidad de las mejoras propuestas.
- **Objetivo específico 1:** Entrega de wireframes para las cinco páginas; criterios: estructura lógica, jerarquía visual y cobertura de contenidos clave.
- **Objetivo específico 2:** Informe de pruebas de usabilidad; criterios: calidad de la observación, relevancia de hallazgos y recomendaciones viables.
- **Objetivo específico 3:** Informe de mejoras; criterios: justificación de cambios y alineación con objetivos de usabilidad y conversión.

Unidad 4: Optimización de rendimiento y métricas básicas

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar técnicas de optimización de rendimiento aplicables al comercio electrónico.
- Implementar técnicas de compresión, minificación y caché para mejorar tiempos de carga.
- Medir el impacto de estas optimizaciones utilizando métricas simples (tiempos de carga, TTFB, puntuaciones básicas de rendimiento).

Contenidos Temáticos

1. **Fundamentos de rendimiento web** – Descripción corta: métricas básicas y objetivos de rendimiento en ecommerce.
2. **Técnicas de optimización** – Descripción corta: compresión (Gzip/Brotli), minificación, caching y carga diferida.
3. **Medición y análisis de impacto** – Descripción corta: herramientas simples y cómo interpretar resultados para priorizar mejoras.

Actividades

- **Actividad 1: Auditoría de rendimiento de un sitio de ecommerce** — Evaluar tiempos de carga y detectar cuellos de botella.
- **Actividad 2: Implementación de optimizaciones** — Aplicar compresión, minificación y políticas de caché en una página de ejemplo y registrar mejoras.
- **Actividad 3: Medición post-optimización** — Recolectar métricas simples y comparar con valores iniciales; interpretar resultados.
- **Actividad 4: Informe de rendimiento** — Elaborar un informe con recomendaciones de optimización continua.

Evaluación

Instrumentos y criterios:

- **Objetivo general:** Informe de mejoras de rendimiento y métricas; criterios: reducción de tiempos de carga, uso correcto de técnicas de optimización y claridad en la interpretación de métricas.
- **Objetivo específico 1:** Lista de técnicas propuestas; criterios: adecuación al contexto de ecommerce y factibilidad.
- **Objetivo específico 2:** Implementación práctica; criterios: correctas configuraciones de compresión, caché y minificación, sin romper funcionalidades.
- **Objetivo específico 3:** Informe de impacto; criterios: métricas comparativas, conclusiones claras y recomendaciones.

Unidad 5: Unidad 5: SEO on-page y marketing de contenidos

Objetivos de Aprendizaje

- Definir palabras clave relevantes y plan de contenidos orientado a productos y categorías.
- Optimizar metaetiquetas, títulos y descripciones para productos, categorías y páginas informativas.
- Diseñar una estructura de contenidos que favorezca el SEO y la experiencia del usuario.

Contenidos Temáticos

1. **SEO on-page y palabras clave** – Descripción corta: investigación de palabras clave, intención de búsqueda y priorización.
2. **Marketing de contenidos para ecommerce** – Descripción corta: blogs, guías, descripciones de productos y contenido de valor para clientes.
3. **Optimización de metaetiquetas y estructura de contenidos** – Descripción corta: títulos, meta descripciones, etiquetas alt y organización de contenidos para SEO.

Actividades

- **Actividad 1: Definición de palabras clave y plan de contenidos** — Investigar palabras clave relevantes, mapear temas y planificar calendario de contenidos para categorías y productos.
- **Actividad 2: Optimización de metaetiquetas** — Redactar títulos y descripciones optimizados para páginas clave y productos, con enfoque en CTR y relevancia.
- **Actividad 3: Estructura de contenidos SEO-friendly** — Crear una jerarquía de contenidos y guías que mejoren la experiencia y el posicionamiento.
- **Actividad 4: Análisis crítico de competidores** — Evaluar estrategias de SEO de competidores y proponer mejoras propias.

Evaluación

Instrumentos y criterios:

- **Objetivo general:** Plan de keywords y optimización de metaetiquetas; criterios: relevancia de keywords, calidad de las metaetiquetas y coherencia con contenidos.
- **Objetivo específico 1:** Informe de investigación de palabras clave; criterios: volumen, intención y diversidad de temas.
- **Objetivo específico 2:** Conjunto de metaetiquetas optimizadas; criterios: claridad, precisión y llamada a la acción.
- **Objetivo específico 3:** Propuesta de estructura de contenidos; criterios: SEO, usabilidad y escalabilidad.

Unidad 6: Unidad 6: Gestión de contenidos, roles de usuario y seguridad

Objetivos de Aprendizaje

- Configurar roles y permisos de usuario y definir flujos de publicación para contenidos y productos.
- Establecer procesos de revisión y aprobación de contenidos para garantizar calidad y seguridad.
- Implementar medidas de seguridad básicas (control de acceso, contraseñas, copias de seguridad) y buenas prácticas de protección de datos.

Contenidos Temáticos

1. **Gestión de contenidos y flujos de publicación** – Descripción corta: roles, permisos, revisión y publicación de contenidos y productos.
2. **Roles de usuario y control de acceso** – Descripción corta: asignación de roles, segregación de funciones y gestión de usuarios.
3. **Seguridad básica y copias de seguridad** – Descripción corta: contraseñas seguras, autenticación, políticas de seguridad y respaldo de datos.

Actividades

- **Actividad 1: Configuración de roles y flujo de publicación** — Crear roles de usuario, definir permisos y diseñar un flujo de revisión para contenidos y productos.
- **Actividad 2: Implementación de controles de acceso** — Establecer niveles de acceso y revisar posibles fallos de seguridad en el flujo de publicación.
- **Actividad 3: Seguridad y copias de seguridad** — Diseñar una política de contraseñas, activar mecanismos de autenticación y plan de copias de seguridad; simulación de recuperación.

Evaluación

Instrumentos y criterios:

- **Objetivo general:** Entrega de configuración de roles, flujo de publicación y plan de seguridad; criterios: claridad de procesos, seguridad adecuada y viabilidad.

- **Objetivo específico 1:** Documento de roles y flujos; criterios: consistencia, adecuación a escenarios reales y trazabilidad.
- **Objetivo específico 2:** Protocolo de revisión de contenidos; criterios: control de calidad, validación y tiempos de revisión.
- **Objetivo específico 3:** Plan de seguridad y backup; criterios: robustez, procedimientos de recuperación y buenas prácticas.