



Arquitectura Web

Máster Universitario
en Marketing y
Publicidad Digital
2024-25



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Arquitectura Web

Titulación: Máster Universitario en Marketing y Publicidad Digital

Curso Académico: 2024-25

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: A distancia

Créditos: 4

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. José Santiago Pérez Sotelo y Dr. D. Sergio García Cabezas

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias generales:

- Poseer las habilidades de aprendizaje que les permita continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo, para poder permanecer a la altura de los retos tecnológicos.
- Demostrar que saben trabajar en equipo de forma eficaz.

Competencias específicas:

- Conocer y saber aplicar correctamente los conceptos especializados acerca del diseño y arquitectura web orientada al marketing y a la comunicación comercial digital.

1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá ser capaz de resolver problemas, tomar decisiones y formular juicios a partir de información incompleta en cualquier aspecto relacionado con la construcción de páginas web orientadas al marketing y la medición de resultados de acciones y campañas de comunicación comercial digital en el entorno online y medios sociales. Este conocimiento se traducirá y deberá ser demostrado por su capacidad para:

- Determinar los elementos necesarios para la creación de una página web orientada al marketing.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Haber cursado o estar cursando las restantes materias.

2.2. Descripción de los contenidos

- Introducción a la tecnología web. La estructura lógica de la red Internet y la importancia del código HTML.
- Arquitectura web y lenguajes de programación: XML, JavaScript, AJAX
- Arquitectura adaptada a las distintas estrategias de marketing online

- Análisis de casos prácticos de diseño y arquitectura web orientada al marketing.

2.3. Contenido detallado

La asignatura presenta los elementos básicos que están en el funcionamiento del mundo web. Entendiendo que, el mundo web, no es únicamente lo que sucede al visitar una página web, sino que va mucho más allá a través de todas las aplicaciones que manejamos, principalmente en nuestros móviles, pero también en otros dispositivos conectados.

La tecnología será el hilo conductor de la asignatura y el enfoque a casos la metodología que usaremos.

Los conocimientos aportados por la asignatura serán básicos para poder entender correctamente otras disciplinas como:

- Internet de las cosas
- Big data
- E-commerce
- Analítica web
- UX (experiencia de usuario)
- Posicionamiento

MÓDULO 1: EL FUNCIONAMIENTO DE LA WEB

Se presentan todos los elementos que intervienen en la navegación web analizando la misión de cada uno de ellos y viendo cómo funcionan los cimientos de la arquitectura web. En este módulo se estudiarán muchos conceptos, pero no se profundizará en ellos, simplemente se tratará de entender cómo encajan todas las piezas.

Los dos elementos básicos de una web son los contenidos y la apariencia. Una buena construcción de ambos es la base para el éxito de la web, tanto desde el punto de vista de su usabilidad o accesibilidad, como desde el punto de vista de sus resultados de marketing.

Los temas de este módulo son:

1. Piezas básicas de la navegación web
 - Navegadores web
 - Servidores web
 - Dirección IP
 - Dominios, URL, redirecciones y DNS
 - HTTP y otros protocolos de internet
 - HTML y CSS
 - Piezas de navegación web
2. El lenguaje HTML: el contenido
 - Código fuente de una página HTML
 - Las etiquetas o tags
 - Organización del contenido
 - Imágenes
 - Inspeccionar un elemento concreto de la página

- Estructura de la página
- Enlaces
- Listados
- Edición online WYSIWYG
- La presentación en HTML
- Cómo saber si un texto forma parte de una imagen
- Una buena organización del contenido
- Buenas y malas prácticas en organización del contenido

3. Las hojas de estilo: la apariencia

- Cómo incluir CSS en un documento HTML
- Estructura básica
- Selectores
- Unidades de medida
- Colores
- Modificar estilos con el inspector
- Contenido en bruto
- Análisis de tráfico

4. Gestión de contenidos

- ¿Actualizo mi web editando el HTML?
- Content Management System
- Tiempo de edición y tiempo de navegación
- Un CMS no es...
- Características
- URL amigables y publicación real
- Sindicación o suscripción a contenidos
- Beneficios
- CMS más usados
- Tecnología detrás de una web

MÓDULO 2: LOS USUARIOS

Todas las webs, por muy sencillas que sean, obtienen mucha información de los usuarios que las visitan. Estudiaremos el funcionamiento de la tecnología que está detrás de esto que son las cabeceras HTTP y las cookies.

Además de las cookies, la interacción con los visitantes se realiza a través de formularios. Una buena construcción de los formularios es clave para el éxito de las iniciativas de marketing. Para cerrar el módulo nos centraremos en los mecanismos para registrar usuarios que deberán usar los servicios online avanzados y personalizados.

Los temas de este módulo son:

1. Información sobre visitantes
 - Cabeceras
 - Cabecera user-agent
 - Cabecera referer

- Cabecera accept-language
- Cabeceras de respuesta
- Cookies

2. Formularios

- Cómo se construyen los formularios
- Tipos de campos
- Foco
- Recorrido
- Placeholder
- Etiquetas
- Textos de ayuda
- Validación de formularios

3. Registro de usuarios

- Funcionamiento
- Buenas y malas prácticas en registro de usuarios
- Base de datos
- Autenticación y passwords
- Contenidos privados

MÓDULO 3: EXPERIENCIA DE USUARIO

En este último módulo revisaremos casos de buenas y malas prácticas en experiencia de usuarios para articular una arquitectura web sólida.

Los temas de este módulo son:

- Usabilidad y experiencia de usuario
- Usabilidad
- Reglas de oro de la usabilidad
- Accesibilidad
- Casos de layout
- Casos de multi-idioma
- Casos de links
- Casos de usabilidad

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares.

La participación se evaluará mediante la aportación de los alumnos a los Foros creados para tal fin y en base a algunos de los temas vistos en la asignatura.

Las actividades dirigidas consistirán en:

- **Actividad Dirigida 1: Creación de un Moodboard Web.**
Desarrollar un moodboard que represente visualmente el concepto de un nuevo sitio web. Este moodboard servirá como la base visual para el trabajo final.

- **Actividad Dirigida 2: Diseño en HTML y CSS**
Diseñar una landing page sobre un servicio o producto de tu elección utilizando solo HTML y CSS.
- **Actividad final: Diseño web**
Diseño y prototipado de una web en Figma de una marca real o inventada.

2.5. Actividades formativas

Estudio, comprensión y evaluación de la materia: 1 ECTS (25%). Se incluirá material didáctico por cada una de las asignaturas en el Campus Virtual, además de pruebas online de seguimiento y una prueba online final.

Trabajos/proyectos prácticos a desarrollar y presentar por el alumno: 2,4 ECTS (60%). El alumno deberá realizar y entregar a través del Campus Virtual los trabajos y ejercicios prácticos marcados para cada asignatura.

Tutorías: 0,6 ECTS (15%). La asistencia al alumno en tutorías se realizará mediante foros académicos, tutorías individuales vía correo electrónico y tutorías telepresenciales colectivas utilizando herramientas específicas de videoconferencia. Obviamente, el alumno que lo desee y pueda desplazarse, podrá concertar una tutoría presencial personal con el profesor en el Campus de la Universidad Nebrija. Competencias: Todas las competencias definidas para la materia.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación en clase	10%
Actividades académicas dirigidas	40%
Prueba final o proyecto final	50%

Convocatoria extraordinaria

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota del examen final extraordinario y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5.

3.3 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre en la convocatoria extraordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito. En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4 BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Córcoles, J., Montero, F. (2012) Diseño de interfaces web. RA-MA Editorial
- Krug, S. (2014). No me hagas pensar: Una aproximación a la usabilidad en la web y los dispositivos móviles (3ª ed.). Pearson.

Bibliografía recomendada

- Berkun, S. (2008). Making Things Happen: Mastering Project Management,
- O'Reilly-Brown, D. M. (2010). Communicating Design: Developing Web Site Documentation for Design and Planning, New Riders Publishing, 2nd edition
- Jarrett, C., Gaffney, G. (2008). Forms that work. Designing web forms for usability,
- Morgan Kaufmann-Krug, S. (2006). Don't Make Me Think. A Common Sense Approach To Web Usability, New Riders
- MacDonald, M. (2011). Creating a Website: The Missing Manual, O'Reilly-Nielsen,
- J., Loranger, H. (2006). Prioritizing Web Usability, New Riders Press, Berkeley CA
- Robbins, J. N. (2012). Learning Web Design: A Beginner's Guide to HTML, CSS, JavaScript, and Web Graphics, O'Reilly
- Scott, B., Neil, T. (2009). Designing Web Interfaces: Principles and Patterns for Rich Interactions, O'Reilly
- Gothelf, J. (2016). Lean UX: Cómo aplicar los principios Lean a la mejora de la experiencia de usuario (2ª ed.). Anaya Multimedia.

5 DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dr. D. José Santiago Pérez Sotelo
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctor en Informática
Correo electrónico	jperezso@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Doctor en Informática por la Universidad Rey Juan Carlos (URJC).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Master en Tecnologías de la Información y Sistemas Informáticos (URJC). - Master en Formación del Profesorado (Universidad Alcalá). - Ingeniero en Sistemas de Información (Universidad Tecnológica Nacional, Argentina). <p>Se ha desempeñado como profesor e investigador universitario en las áreas de inteligencia artificial e ingeniería del software. Con publicaciones (nacionales e internacionales) en congresos, conferencias y libros relacionados con estas temáticas. También ha desarrollado actividades en el entorno empresarial y en organizaciones del tercer sector. Integra el Instituto Nebrija de Formación Profesional y también colabora con la Universidad de Nebrija en el Máster en Marketing y Publicidad Digital.</p>

Nombre y Apellidos	Dr. D. Sergio García Cabezas
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctor en Educación por la UAM y máster en Marketing digital.
Correo electrónico	sgarciaca@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Doctor en Educación ha compaginado su labor docente en el Centro Universitario La Salle, Universidad Francisco de Vitoria con su trayectoria profesional ha trabajado como CEO en Tranmediarte, Productor en Betterword o Director de contenidos transmedia en Possible Lab entre otros, esta labor profesional ha sido compaginada también con la de Consultor para grandes organizaciones en materia de tecnología, diseño, accesibilidad y narrativa transmedia unesco, OEI, RIINEE, Red Tucana, Gobierno de Chile entre otras.</p> <p>Entre su Proyectos web destacan:</p> <p>https://labpossible.com https://vestaliaasociados.es/ https://transmediarte.com/ https://betterworldgame.com/ https://makermania.es/ https://www.lasallecentrouniversitario.es/ https://mineacademy.es/ https://icatoledo.com/</p>