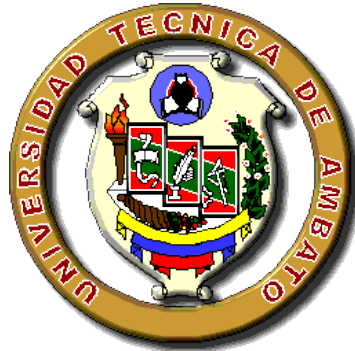


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

ESPECIALIZACIÓN EN DISEÑO Y ANIMACIÓN WEB

TEMA: “EL SITIO WEB Y SU INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DEL CENTRO EDUCATIVO ALBERT EINSTEIN UBICADO EN LA PARROQUIA CIUDAD NUEVA DEL CANTÓN PÍLLARO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

Trabajo de Investigación

Previa la obtención del Título de Especialista en Diseño y Animación Web

AUTORA: Ing. Jenny Alexandra Pujos Ganazhapa

DIRECTORA: Ing. Mg. Teresa Freire Aillón

Ambato – Ecuador

2012

Al Consejo de Posgrado de la Universidad Técnica de Ambato

El tribunal receptor de la defensa de trabajo de investigación con el tema: “EL SITIO WEB Y SU INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DEL CENTRO EDUCATIVO ALBERT EINSTEIN UBICADO EN LA PARROQUIA CIUDAD NUEVA DEL CANTÓN PÍLLARO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, presentado por la Ing. Jenny Alexandra Pujos Ganazhapa y conformado por: Ing. Mg. Galo López Sevilla, Ing. Mg. Wilma Gavilanes López, Ing. Mg. Ibeth Manzano Gallardo, Miembros del Tribunal, Ing. Mg. Teresa Freire Aillón, Directora del trabajo de investigación y presidido por: Ing. Mg. Juan Garcés Chávez, Presidente del Tribunal; Ing. Mg. Juan Garcés Chávez Director del CEPOS – UTA, una vez escuchada la defensa oral el tribunal aprueba y remite el trabajo de investigación para uso y custodia de las bibliotecas de la Universidad Técnica de Ambato.

.....
Ing. Mg. Juan Garcés Chávez
Presidente del Tribunal de Defensa

.....
Ing. Mg. Juan Garcés Chávez
DIRECTOR CEPOS

.....
Ing. Mg. Teresa Freire Aillón
Directora de Trabajo de investigación

.....
Ing. Mg. Galo López Sevilla
Miembro de Tribunal

.....
Ing. Mg. Wilma Gavilanes López
Miembro de Tribunal

.....
Ing. Mg. Ibeth Manzano Gallardo
Miembro de Tribunal

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas en el trabajo de investigación con el tema: “EL SITIO WEB Y SU INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DEL CENTRO EDUCATIVO ALBERT EINSTEIN UBICADO EN LA PARROQUIA CIUDAD NUEVA DEL CANTÓN PÍLLARO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, nos corresponde exclusivamente a la Ing. Jenny Alexandra Pujos Ganazhapa y a la Ing. Mg. Teresa Freire Aillón, Directora del trabajo de investigación; y el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. Jenny Alexandra Pujos Ganazhapa
AUTORA

Ing. Mg. Teresa Freire Aillón
DIRECTORA

DERECHOS DEL AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta, dentro de las regulaciones de la Universidad.

Ing. Jenny Alexandra Pujos Ganazhapa

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis queridos padres Augusto Pujos y Fraulita Ganazhapa que con el fruto de su amor y nobleza pusieron en mí el amor al estudio y trabajo, a mi querida hermana Ing. Silvia y mi sobrina Dayanara Bautista Pujos por ser el apoyo fundamental para lograr mi objetivo tan anhelado y a todos las personas que me supieron apoyar para la culminación de una meta mas en mi vida

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por darme la vida, a mi querida Virgencita del Cisne por saberme guiar por el camino del bien.

A mis queridos padres, porque siempre fueron la fuente de inspiración en cada actividad que realizo.

Al Centro de Estudios de Posgrado, mi eterno agradecimiento a mis queridos profesores, ya que día a día me han inculcando sus sabios conocimientos, mismos que me permitirá desenvolverme el día de mañana, en mi vida profesional.

A la Ing. M.S.c Teresa Freire por sus sabias enseñanzas y su apoyo profundo durante el desarrollo del presente proyecto

AGRADECIMIENTO PERSONAL

Agradezco a mis queridos compañeros Ing. Esp. Mónica Llumitasig, Ing. Adriana Solís, Ing. Christian Páez, Ing. Jhonny Ortiz, Ing. Enry Velasco, Lic. Gonzalo Balverde, por brindarme su amistad sincera y a todos los compañeros de la Especialización.

Al Instituto Nacional de Estadística y Censos – Proyecto ENIGHUR 2011-2012 en especial al equipo de digitación: Lic. Cristina Miranda, Ing. Silvana Siza, Tgnl. Liz Mariño, Tgnl. Leonardo Cedeño, Ing. Carlos Chávez, Lic. Darwin Céspedes, Sr. Gloria Terán, por brindarme el apoyo fundamental para el desarrollo del proyecto.

Un agradecimiento muy especial Abg. Alex W. Ortiz F. por estar a junto a mí en los momentos de tristeza y alegría.

INDICE GENERAL DEL CONTENIDO

Carátula.....	i
Al consejo de Posgrado.....	ii
Autoría de Investigación.....	iii
Derechos del Autor.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Agradecimiento Personal.....	vii
Índice general.....	viii
Índice de Tablas.....	xii
Índice de Gráficos.....	xiii
Resumen Ejecutivo.....	xiv
Technical university of Ambato.....	xv
Introducción.....	xvi

CAPITULO I EL PROBLEMA

1.1 Tema de Investigación.....	1
1.2 Planteamiento del problema.....	1
1.2.1 Contextualización.....	1
1.2.2 Análisis crítico.....	2
1.2.3 Prognosis.....	3
1.2.4 Formulación del problema.....	3
1.2.5 Interrogantes.....	4
1.2.6 Delimitación del objeto de investigación.....	4
1.3 Justificación.....	4
1.4 Objetivos.....	5
1.4.1 General.....	5
1.4.2 Específicos.....	5

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes Investigativos.....	6
2.2 Fundamentación filosófica.....	7
2.3 Fundamentación legal.....	7
2.4 Categorías fundamentales.....	11
2.4.1 Seguridad de un sitio web.....	13
2.4.1.1 Construcción del sitio web.....	14
2.4.1.2 Metodología del diseño web.....	17
2.4.1.3 Sitio web.....	22
2.4.2 Publicidad en la web.....	27
2.4.2.1 Medios de difusión o promoción.....	29
2.4.2.2 Funciones de difusión.....	34
2.4.2.3 Difusión y promoción.....	35
2.5 Hipótesis.....	39
2.6 Señalamiento de variables de la hipótesis.....	39
2.6.1 Variable Independiente.....	39
2.6.2 Variable Dependiente.....	39

CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1 Enfoque.....	40
3.2 Modalidad básica de la investigación.....	40
3.3 Nivel o tipo de investigación.	40
3.4 Población y muestra.	41
3.5 Operacionalización de variables.....	42
3.6 Recolección de información.....	44
3.7 Procesamiento y análisis.....	44

CAPITULO IV
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1	Análisis de la información recopilada.....	45
4.2	Verificación de la hipótesis.....	57
4.2.1	Combinación de frecuencias.....	57
4.2.2	Frecuencias observadas.....	57
4.2.3	Frecuencias esperadas.....	59
4.2.4	Modelo lógico.....	59
4.2.5	Nivel de Significación.....	59
4.2.6	Grados de Libertad.....	59
4.2.7	Chi – cuadrado de Tablas.....	60
4.2.8	Chi-cuadrado Calculado.....	60
4.2.9	Regla de decisión.....	61

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	Conclusiones.....	62
5.2	Recomendaciones.....	63

CAPITULO VI
PROPUESTA

6.1	Datos informativos.....	64
6.2	Antecedentes de la propuesta.....	64
6.3	Justificación.....	65
6.4	Objetivos.....	65
6.4.1	General.....	65
6.4.2	Específicos.....	66
6.5	Análisis de factibilidad.....	66
6.6	Fundamentación.....	67

6.7 Metodología.....	75
6.8 Modelo operativo.....	93
6.9 Administración.....	95
6.10 Previsión de la evaluación.....	95
BIBLIOGRAFIA.....	96
ANEXOS 1.....	98
ANEXO 2.....	100

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.....	41
Tabla N° 2.....	42
Tabla N° 3.....	43
Tabla N° 4.....	45
Tabla N° 5.....	47
Tabla N° 6.....	49
Tabla N° 7.....	50
Tabla N° 8.....	51
Tabla N° 9.....	52
Tabla N° 10.....	53
Tabla N° 11.....	54
Tabla N° 12.....	55
Tabla N° 13.....	56
Tabla N° 14.....	58
Tabla N° 15.....	61

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1.....	2
Gráfico N° 2.....	12
Gráfico N° 3.....	18
Gráfico N° 4.....	36
Gráfico N° 5.....	37
Gráfico N° 6.....	38
Gráfico N° 7.....	39
Gráfico N° 8.....	45
Gráfico N° 9.....	47
Gráfico N° 10.....	49
Gráfico N° 11.....	50
Gráfico N° 12.....	51
Gráfico N° 13.....	52
Gráfico N° 14.....	53
Gráfico N° 15.....	54
Gráfico N° 16.....	55
Gráfico N° 17.....	56
Gráfico N° 18.....	60
Gráfico N° 19.....	69
Gráfico N° 20.....	70
Gráfico N° 21.....	74
Gráfico N° 22.....	74
Gráfico N° 23.....	76
Gráfico N° 24.....	77
Gráfico N° 25.....	77
Gráfico N° 26.....	78
Gráfico N° 27.....	78
Gráfico N° 28.....	80

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO
ESPECIALIZACIÓN EN DISEÑO Y ANIMACIÓN WEB

“EL SITIO WEB Y SU INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN
DEL CENTRO EDUCATIVO ALBERT EINSTEIN UBICADO EN LA
PARROQUIA CIUDAD NUEVA DEL CANTÓN PÍLLARO PROVINCIA DE
TUNGURAHUA”

AUTORA: Ing. Jenny Alexandra Pujos Ganazhapa

DIRECTORA: Ing. Mg. Teresa Freire Aillón

FECHA: Mayo del 2012

RESUMEN EJECUTIVO

La implementación del Sitios Web para promocionar y difundir la información del Centro Educativo, permitirá presentar una comunicación adecuada con los usuarios, desarrollados con herramientas tecnológicas de última generación que generen información precisa que cubra las necesidades que la institución requiera, incluyendo todos los dispositivos necesarios para la navegabilidad del sitio web incluido su administración que sea fácil y sencilla de manejar, además contar con un servicio de calidad que sea un apoyo a la difusión de la misma.

Descriptores: sitio web, promoción y difusión, herramientas tecnológicas, navegabilidad, administración.

**Technical University of Ambato
GRADUATE STUDIES CENTER**

EXPERTISE IN WEB DESIGN AND ANIMATION

**"THE WEB SITE AND ITS IMPACT ON THE DISSEMINATION AND
PROMOTION OF ALBERT EINSTEIN SCHOOL LOCATED IN THE
NEW CITY CHURCH OF THE CANTON Pillaro TUNGURAHUA
province"**

AUTHOR: Ing. Jenny Alexandra Pujos Ganazhapa

DIRECTOR: Ing. Mg. Teresa Freire Aillón

DATE: May 2012

EXECUTIVE SUMMARY

The implementation of Web sites to promote and disseminate information of the School, will present a proper communication with users, developed with the latest technological tools to generate accurate information that meets the needs of the institution requires, including everything needed to the navigability of the website including its administration is simple and easy to handle, also have a quality service that is a support for the dissemination of it.

Keywords: website, promotion and distribution, technological tools, navigation, administration.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del Informe Final se encuentra dividido por capítulos los mismos que constaran de conceptos básicos, descripciones generales y gráficos, los cuales facilitan el mejor entendimiento del tema de investigación “EL SITIO WEB Y SU INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DEL CENTRO EDUCATIVO ALBERT EINSTEIN UBICADO EN LA PARROQUIA CIUDAD NUEVA DEL CANTÓN PÍLLARO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

Capítulo I

“PLANTEAMIENTO PROBLEMA”.- Se identifica el problema a investigar.

Además se realiza una justificación y se plantea los objetivos a obtenerse.

Capítulo II

“MARCO TEÓRICO”.- Dentro de este capítulo se detalla los antecedentes investigativos, realizamos una fundamentación legal y teórica del problema, formulamos nuestra hipótesis y señalamos las variables.

Capítulo III

“METODOLOGÍA”.- Dentro de este capítulo se presenta una información detallada de como es nuestra investigación, las metodologías usadas, la forma de obtener la información y la población con la que se trabaja.

Capítulo IV

“ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS”, Dentro de este capítulo se presenta el análisis e interpretación de resultados y la verificación de la hipótesis.

Capítulo V

“CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES”.- Dentro de este capítulo se presentará las conclusiones y recomendaciones del proyecto desarrollado.

Capítulo VI

“PROPUESTA”.- Se indica el desarrollo de la propuesta para la solución del problema planteado.

Al final los Anexos donde consta: Encuesta realizada, Manual del administrador

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.5 Tema de Investigación

“EL SITIO WEB Y SU INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DEL CENTRO EDUCATIVO ALBERT EINSTEIN UBICADO EN LA PARROQUIA CIUDAD NUEVA DEL CANTÓN PÍLLARO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

1.6 Planteamiento del problema

1.6.1 Contextualización

A nivel nacional el diseño web es una actividad que consiste en el análisis, planificación, diseño e implementación de sitios web y páginas web, también a menudo la web se utiliza como medio de comunicación, además artistas y creadores hacen de las páginas en Internet un medio más para ofrecer sus producciones y utilizarlas como un canal más de difusión de su obra.

En la Provincia de Tungurahua el diseño de páginas web se ha ido incrementando día a día, ya que trata básicamente de realizar un documento con información, textos, imágenes, audio y video, reduciendo costos de publicidad en las instituciones y empresas de la misma.

A nivel cantonal existe un mínimo porcentaje de Instituciones Educativas que no cuentan con el sitio web para difundir información institucional, en este escenario se desenvuelve el Centro Educativo “Albert Einstein”, ubicado en la parroquia Ciudad Nueva del Cantón Píllaro, esta Institución no cuenta con un sitio web, lo que dificulta el desconocimiento en la sociedad, en base a esto he decidido

investigar y buscar nuevas soluciones tecnológicas mejorando así la promoción y difusión de la institución.

1.6.2 Análisis crítico



Grafico 1

Fuente: Ing. Jenny Pujos

El Centro Educativo “Albert Einstein” no cuenta actualmente con un sitio web, generalmente los pocos recursos económicos por parte de las autoridades principales, no han sido suficientes en la institución, por tal motivo ha generado un retraso tecnológico para el plantel.

Además, la inadecuada gestión de las autoridades de la Institución ha conllevado a una limitada demanda institucional por lo cual se ha notado un decremento educativo por el desconocimiento de la comunidad, esto se da por la falta de difusión y promoción de la institución.

Como consecuencia de todo esto, la institución educativa carece de información precisa y oportuna, lo que implica el desconocimiento por parte de la población siendo cada vez mayor, por lo que es necesario implementar dicho sitio web para mejorar la imagen corporativa del Centro Educativo.

Por lo tanto es necesario que en el Centro Educativo se implemente el sitio web para aprovechar los recursos necesarios, para mejorar la difusión de información, mediante herramientas tecnológicas y la correcta utilización.

1.6.3 Prognosis

En la actualidad pocas son las personas que conocen de la oferta educativa que ofrece el Centro Educativo “Albert Einstein”, ya que no cuenta con un sitio web en la cual pueda acceder a la información precisa y oportuna, la causa de que no exista este sitio web es por falta de recursos económicos, o simplemente por falta de atención de las autoridades.

Al implementar el sitio web en el Centro Educativo permitirá que la sociedad tenga un mejor conocimiento sobre el perfil profesional, la misión, visión y objetivos de la institución, con esto conseguiremos una mejor difusión de la información de la misma.

Si el Centro Educativo no da la debida importancia a los avances tecnológicos, estará cada vez mas fuera del alcance de la tecnología que ofrece el mundo moderno y por ende sus estudiantes no estarán a la altura de competir con otras instituciones, lo que implicaría que la mencionada institución no cumpla con uno de sus objetivos fundamentales.

1.6.4 Formulación del problema

¿Cómo incide el sitio web en la difusión y promoción del centro educativo “Albert Einstein” ubicado en la parroquia ciudad nueva del cantón Píllaro provincia de Tungurahua?

1.6.5 Interrogantes

¿Qué mecanismos utiliza actualmente el centro educativo para difundir y promocionar su información?

¿Qué métodos, técnicas y herramientas existen actualmente para el diseño e implementación de sitios web?

¿Qué estructura debería tener el sitio para optimizar la promoción y difusión de información del centro educativo?

1.6.6 Delimitación del objeto de investigación

Campo: Pedagógico

Área: Educación

Aspecto: Sitio Web

Espacial

La presente investigación será desarrollada en el Centro Educativo “Albert Einstein” ubicado en la parroquia Ciudad Nueva del cantón Píllaro de la provincia de Tungurahua

Temporal

Periodo comprendido entre los meses de Octubre del 2011 y Marzo del 2012

1.7 Justificación

La presente investigación es muy importante para el Centro Educativo, pues en la mayoría de los casos la sociedad desconoce la educación que ofrece, es importante

aclarar que el sitio web como toda herramienta solo funcionará si es adecuada las necesidades de la institución y si está bien estructurada.

El objetivo principal del portal web es de alguna manera permitir que toda la ciudadanía a nivel nacional e internacional puedan tener acceso a la información, como es el caso del centro educativo que ofrecerá, promocionará y mejorará notablemente su imagen, siendo un aporte para la sociedad con información de primera mano y competitiva.

Po lo tanto, el sitio web será de gran ayuda para la institución ya que a través del mismo, el centro educativo “Albert Einstein” podrán promocionar y difundir información académica e institucional y estar a la altura de la competencia.

1.8 Objetivos

1.8.1 General

“Implementar un sitio Web para la difusión y promoción del Centro Educativo “Albert Einstein” ubicado en la parroquia Ciudad Nueva del cantón Píllaro Provincia de Tungurahua”

1.8.2 Específicos

- Investigar los mecanismos que utiliza actualmente el centro educativo “Albert Einstein”, para difundir y promocionar su información.
- Analizar los métodos, técnicas y herramientas existentes actualmente para el diseño e implementación de sitios web.
- Definir una estructura adecuada del sitio para optimizar la información del centro educativo.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.7 Antecedentes Investigativos

Una vez revisadas las tesis y perfiles de los proyectos existentes en la Biblioteca de la Universidad Técnica de Ambato y de la Facultad de Ingeniería en Sistemas, Electrónica e Industrial, he concluido que existen antecedentes sobre este tema de investigación, los cuales se detallan a continuación:

1. Tesis #1, titulada “Creación de Páginas Web para la Universidad Técnica de Ambato”, autores: Ing. David Guevara e Ing. René Terán, muestra información referente a la creación de páginas Web y el Internet. Año 1997.
2. Tesis #88, titulada “Diseño para el Control y Publicación en la Web de eventos de Capacitación y Servicios que promociona el Cenprofis”, autor Ing. Daniel Ortiz. Año 2003.
3. Tesis #96, titulada “Implementación del Sitio Web de la Universidad Técnica de Ambato utilizando tecnología WAP”, autores: Ing. Alba Miranda e Ing. Jenny Pazmiño. Año 2004.
4. Tesis #106 “Aplicación Web utilizando XML”, autor Ing. Mónica Osorio. Año 2004.
5. Tesis #124, titulada “Sistema de Control y Administración de un Sitio Web para la empresa OSALID”, autor Ing. Guillermo Valencia. Año 2004.
6. Tesis # 162, titulada “Desarrollo e implementación del Sitio Web de la empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado EMAPA”, autor Ing. César Oña. Año 2005.

2.8 Fundamentación filosófica

El presente proyecto de tesis se fundamenta en el paradigma crítico-propositivo por lo que todo esto está en permanente cambio, es dinámico, factible, innovador, creativo. De transformaciones cuantitativas y cualitativas, estas realidades son dependientes de los sujetos y del contexto, abarca dos variables causa-efecto.

2.9 Fundamentación legal

Que, el Artículo 298 de la Constitución de la República establece pre asignaciones presupuestarias destinadas, entre otros al sector educación, a la educación superior, y a la investigación, ciencia, tecnología e innovación en los términos previstos en la ley.

Las transferencias correspondientes a pre asignaciones serán predecibles y automáticas;

Que, para alcanzar el Régimen del Buen Vivir, la Constitución de la República establece en su Artículo 340 que el sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo.

El sistema se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y deporte, hábitat y vivienda, cultura, comunicación e información, disfrute del tiempo libre, ciencia y tecnología, población, seguridad humana y transporte;

Que, el Artículo 347 de la Constitución de la República, establece que será responsabilidad del Estado:

8. Incorporar las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales.

Art. 2.- Principios.- La actividad educativa se desarrolla atendiendo a los siguientes principios generales, que son los fundamentos filosóficos, conceptuales y constitucionales que sustentan, definen y rigen las decisiones y actividades en el ámbito educativo:

h: ínter aprendizaje y multiaprendizaje.- Se considera al interaprendizaje y multiaprendizaje como instrumentos para potenciar las capacidades humanas por medio de la cultura, el deporte, el acceso a la información y sus tecnologías, la comunicación y el conocimiento, para alcanzar niveles de desarrollo personal y colectivo;

s. Flexibilidad.- La educación tendrá una flexibilidad que le permita adecuarse a las diversidades y realidades locales y globales, preservando la identidad nacional y la diversidad cultural, para asumirlas e integrarlas en el concierto educativo nacional, tanto en sus conceptos como en sus contenidos, base científica - tecnológica y modelos de gestión;

Art. 3.- Fines de la educación.- Son fines de la educación:

t. La promoción del desarrollo científico y tecnológico;

Art. 6.- Obligaciones.- La principal obligación del Estado es el cumplimiento pleno, permanente y progresivo de los derechos y garantías constitucionales en materia educativa, y de los principios y fines establecidos en esta Ley.

El Estado tiene las siguientes obligaciones adicionales:

j. Garantizar la alfabetización digital y el uso de las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo, y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales;

m. Propiciar la investigación científica, tecnológica y la innovación, la creación artística, la práctica del deporte, la protección y conservación del patrimonio cultural, natural y del medio ambiente, y la diversidad cultural y lingüística;

Art. 19.- Objetivos.- El Sistema Nacional de Educación tendrá, además de los objetivos previstos en la Constitución de la República, el cabal cumplimiento de los principios y fines educativos definidos en la presente Ley.

El Estado en todos sus niveles de gobierno y en ejercicio concurrente de la gestión de la educación, planificará, organizará, proveerá y optimizará los servicios educativos considerando criterios técnicos, pedagógicos, tecnológicos, culturales, lingüísticos, de compensación de inequidades y territoriales de demanda. Definirá los requisitos de calidad básicos y obligatorios para el inicio de la operación y funcionamiento de las instituciones educativas.

Las atribuciones y deberes de la Autoridad Educativa Nacional son las siguientes:

f. Desarrollar y estimular la investigación científica, pedagógica, tecnológica y de conocimientos ancestrales, en coordinación con otros organismos del Estado;

i. Requerir los recursos necesarios para garantizar la provisión del talento humano, recursos materiales, financieros y tecnológicos necesarios para implementar los planes educativos;

Art. 29.- Nivel distrital intercultural y bilingüe.- El nivel distrital intercultural y bilingüe, a través de las direcciones distritales interculturales y bilingües de educación definidas por la Autoridad Educativa Nacional, atiende las particularidades culturales y lingüísticas en concordancia con el plan nacional de

educación; asegura la cobertura necesaria en su distrito intercultural y bilingüe en relación con la diversidad cultural y lingüística para alcanzar la universalización de la educación inicial, básica y bachillerato; y garantiza la gestión de proyectos, los trámites y la atención a la ciudadanía.

Además, interviene sobre el control del buen uso de los recursos de operación y mantenimiento, y la coordinación, monitoreo y asesoramiento educativo de los establecimientos del territorio, garantiza que cada circuito educativo intercultural y bilingüe cubra la demanda educativa.

Los distritos educativos interculturales y bilingües ejecutan los acuerdos entre prestadores de servicios públicos que optimicen en su respectiva jurisdicción la utilización de los servicios públicos complementarios al servicio educativo, tales como: infraestructura deportiva, servicios de salud, gestión cultural, acceso a tecnología, informática y comunicación y otros.

Art. 36.- De la relación con los gobiernos autónomos municipales.- Sin perjuicio de lo establecido en la Constitución de la República, las leyes y, en particular, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, son responsabilidades de los gobiernos autónomos municipales, en relación con los centros educativos, las siguientes:

h. Apoyar la provisión de sistemas de acceso a las tecnologías de la información y comunicaciones;

i. Dar mantenimiento de redes de bibliotecas, hemerotecas y centros de información, cultura y arte vinculadas con las necesidades del sistema educativo.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

DÉCIMA QUINTA.- En el plazo de tres años a partir de la promulgación de esta Ley, los Ministerios de Educación, Telecomunicaciones y de Ciencia y Tecnología, garantizará la cobertura en conectividad a todos los establecimientos de educación pública en el país.

2.10 Categorías fundamentales

El procesamiento de los datos nos deberá llevar a construir un pensamiento que nos permita comprender un aspecto de la vida en el Internet, en efecto asumo que el Sitio Web para el Centro Educativo, dependerá de los niveles de adaptabilidad obtenidos para luego ser implementados a otras plataformas.

Gráficos de Inclusión Interrelacionada

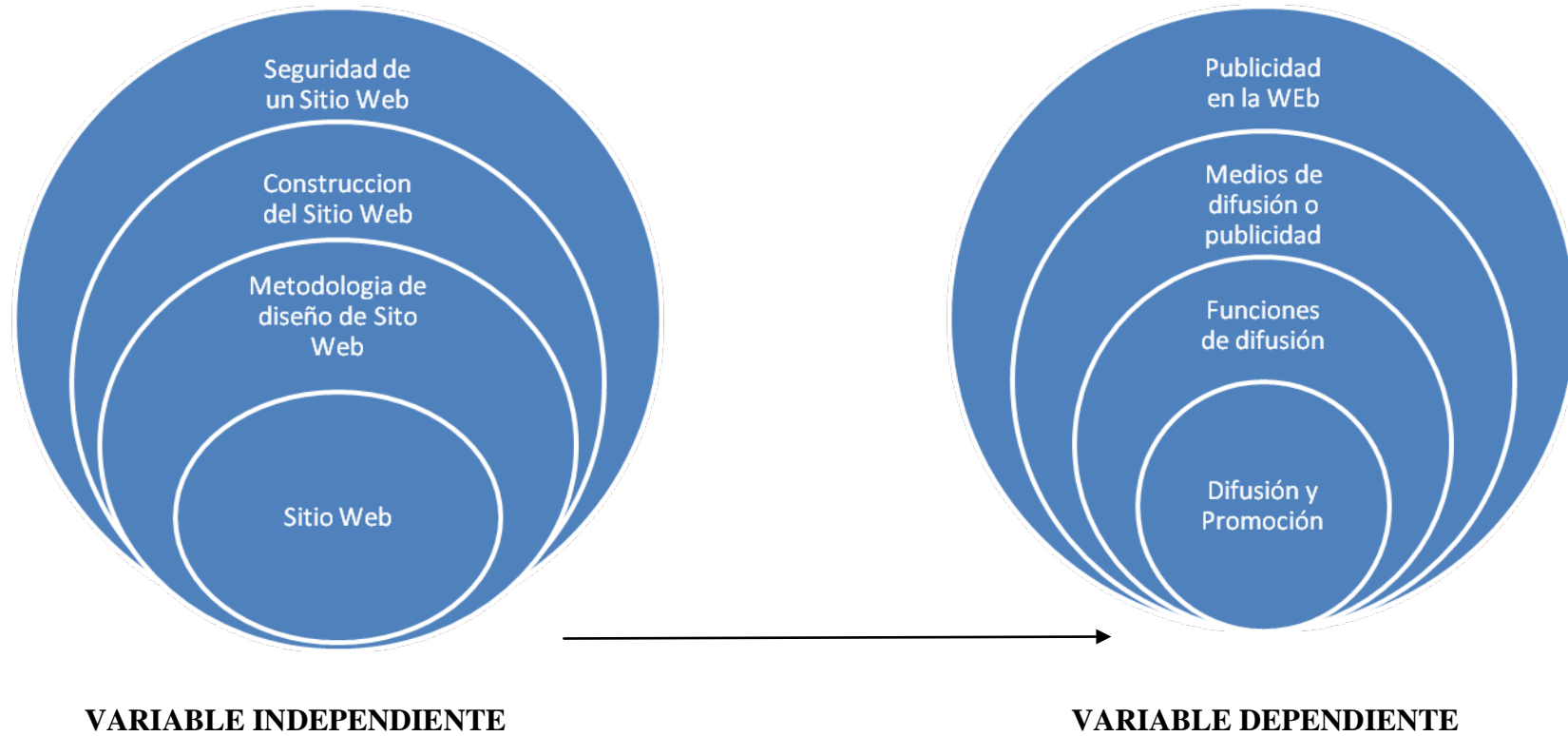


Gráfico 2
Fuente: Ing. Jenny Pujos

2.10.1 SEGURIDAD DE UN SITIO WEB

Debido a los pocos mecanismos de seguridad informática en Internet, el hecho de colocar una página Web en ella trae determinados riesgos que pueden ser controlados con alguna estrategia adecuada.

La información de una página Web tiene tres condiciones de seguridad: operatividad, integridad y privacidad, al igual que cualquier tipo de información manejada por computadoras. Mantener estas tres condiciones de seguridad es una tarea compartida entre el dueño de la página (autor y/o responsable) y el prestador del servicio de Internet (dueña del sitio).

Teniendo en cuenta algunas consideraciones:

- Que la página Web es puesta on-line en Internet por un proveedor del servicio de conexión a Internet.
- La actualización y modificación del servicio corren por cuenta del dueño por medio de un acceso al sitio del proveedor protegido por algún tipo de sistema de seguridad

Integridad

Responsabilidades del dueño de la página: la información que es agregada o modificada en la página debe estar en condiciones de integridad cuando llega a ella, y tratando de que se mantenga hasta que termine, pues puede ser afectada por la transmisión hasta el sitio o por algún problema de su funcionamiento o seguridad.

Responsabilidades del prestador del servicio: asegurar la integridad de la información que contiene una página Web, en lo que atañe a accesos no autorizados al sistema.

Privacidad

Es lógico pensar que quien quiere que una información sea privada no debe colocarla en una página Web. Pero puede ocurrir que parte de la información esté reservada a usuarios registrados o que exista algún tipo de restricción.

Responsabilidades del dueño de la página: el dueño de la página debe definir y separar claramente cuál es la información de dominio público y cual de acceso restringido, y manejarlas en zonas separadas en la programación de su página.

Responsabilidades del prestador del servicio: el acceso restringido a parte de la información de una página debe ser sustentado por el prestador del servicio asegurando que los mecanismos de control de acceso de la página funcionen correctamente en su sistema.

2.10.1.1 CONSTRUCCIÓN DEL SITIO WEB

Diseñar se puede considerar un arte, pero no es del todo exacto. Un diseño puede reunir unas ciertas pautas estéticas como para considerarlas obras de arte. En los museos de arte moderno, pueden verse carteles entre pinturas o dibujos artísticos, y otros objetos que se crearon para una función especial y específica, en los que puedan incluir el arte en sí.

La belleza de un diseño puede superar en muchas ocasiones, cualquier obra de Arte, por muy preciada que ésta sea, siempre que siga los tres elementos básicos de comunicación:

Un método para diseñar, un objetivo que comunicar y un campo visual.

Aspectos básicos

Los elementos básicos que se deben dominar y tener en cuenta en cualquier diseño:

Lenguaje Visual: Saber comunicar el mensaje adecuado, con los recursos oportunos, dependiendo del grupo de personas o público al que vaya dirigido el mensaje.

Comunicación: Conocer los procesos de comunicación, para poder captar los mensajes que el diseño ha de comunicar.

Percepción Visual: Estar informados, la manera en que las personas vemos y percibimos lo que vemos. Aspectos tan importantes, como nuestro campo visual, el recorrido de la vista, el contraste, la percepción de las figuras, fondos, trayectoria de la luz.

Administración de recursos: Conocer todos los recursos de los que se dispone, y aplicarlos lo mejor posible.

Principios básicos

Existen muchas herramientas que le permitirán crear, de una forma fácil y sencilla páginas web eficientes. El diseño de páginas web debe tener lo siguiente:

- Comprender las páginas web eficaces
- Ajustar su idea al proceso de diseño.
- Disfrutar con el diseño de la página web

Existen 4 formas de crear una página web:

- **HTML:** a *standardo* sistema de edición de textos con "tags" que dan formato a la página. Se puede enseñar como el lenguaje de programación de Internet.
- **Editor HTML:** HomeSite y BBEdit ofrecen herramientas y "shortcuts" para editar y formatear páginas web usando el formato HTML.
- Un sistema de gestión de contenidos (en inglés *Content Management System*, abreviado CMS) es un programa que permite crear una estructura de soporte

para la creación y administración de contenidos, principalmente en páginas web.

- WYSIWYG (Whatyouseeiswhatyouget): Editor que usa la tecnología "Lo que usted ve es lo que obtiene" como Expression Web o Pagemill que crean páginas/sitios web sin conocer el lenguaje HTML

Resumido de un diseño:

- **Determine a quién este? destinada su página**
 - Motive a su audiencia: trátelos con respeto y ofrézcales la posibilidad de comunicación con usted.
 - Establezca unos claros objetivos de diseño y cuantificables.
 - Incluya contestaciones, agradecimientos, reacciones y comentarios sobre esfuerzo y el éxito de su página, e incluya textos de ayuda para aquellos que no obtienen la información que esperaban.
- **Contenido**
 - Defina y centre el contenido de su página web.
 - Emplee un lenguaje simple y comprensible para los destinatarios finales.
 - Fomente el scanning de conceptos importantes
 - Incorpore espacios en blanco.
- **Navegación:**
 - simple
 - clara
 - mapas de sitios
 - organizada ("resúmenes")
- **Inclusión de imágenes:**

El desarrollo de una página Web empieza por su texto y la estructura. Después de desarrollar la estructura básica, se debe analizar el contenido de tal forma que podamos decidir qué tipo de ilustración queda mejor, si un gráfico o una foto.

Principios:

- Elija un fondo y un color de texto de gran contraste
- Use la opción "paleta de colores" del navegador para que haya coherencia entre la plataforma y el navegador.
- Sea coherente con el formato del texto:
 - Evite los cambios de color
 - Evite cursivas (dificultad de lectura)cambios de color, subrayado (se confunde con los links)
 - Evite textos demasiado largos
- Evite los fondos con texturas que no permitan una fácil lectura;
- Use imágenes simples, simbiótica, reducidas (pequeñas) e inmóviles para ilustrar el contenido
- Evítelos gráficos "dancingdogs" que no hacen más que moverse pero que no aportan ningún contenido
- Los formatos de archivos gráficos son: comprimidos (.jpg) fotografías y dibujos (.gif)

2.10.1.2 METODOLOGÍA DEL DISEÑO WEB

Nuestra página o sitio Web, muestra la imagen de nuestro negocio hacia el mundo, por ello el proceso de creación y explotación de el sitio web requiere de una metodología diferenciada y bien definida.

La figura siguiente muestra una metodología que nos permitirá alcanzar las expectativas de un sitio Web:



Grafico 3

Fuente: http://www.webandmacros.com/Diseno_web_metodologia.htm

PLANIFICACIÓN

ELECCIÓN DEL TIPO DE WEB

Lo primero que se ha de decidir es el tipo de Web que queremos crear, es el punto de partida que afecta a todas las etapas posteriores de creación, realizaremos un diseño, aplicaciones, navegabilidad, adecuadas al tipo de Web seleccionada.

Ejemplos:

- Sitio Web comercial.
- Sitio Web profesional.
- Sitio Web de información.
- Sitio Web de ocio.

DEFINICIÓN DE LA TEMÁTICA

Se ha de definir los temas que se van a exponer en el sitio Web, permitiendo definir términos claves de búsqueda para posteriormente realizar una metodología de posicionamiento.

- Sitio Web comercial donde se vende todo tipo de objetos
- Sitio Web comercial especializado en la compra y venta de pisos.
- Sitio Web profesional especializado en consultoría de nuevas tecnologías
- Sitio Web de información acerca del museo del prado

PLANTEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS

Se han de plantear los objetivos que se quieren alcanzar con la creación del sitio Web, para posteriormente marcar estrategias funcional para la consecución de dichos objetivos.

- Dar a conocer el negocio, captación de clientes y generación de nuevos pedidos.
- Vender publicidad contextual, banners para obtener ingresos.
- Presentar mi Curriculum Vitae en la red.

ESCALABILIDAD

La escalabilidad se define como las visiones a corto y largo plazo acerca del sitio web, si a lo largo del tiempo queremos ampliar el sitio web con nuevas aplicaciones, nuevas páginas, actualizaciones constantes.

DEFINICIÓN DEL DISEÑO

Dependiendo del tipo de Web, la temática seleccionada, los objetivos planteados y la escalabilidad definida, estamos preparados para definir sobre papel el diseño de la Web, incluyendo los fondos, tipos de letras, botones, formularios, links, plantillas, aplicaciones de tal forma que obtengamos "storyboard "de los elementos y diseño que queremos implementar en nuestro sitio Web.

PRODUCCIÓN

DISEÑO VISUAL E INFORMACIÓN A IMPLEMENTAR

Creación del esqueleto de la Web, tablas, encabezados, espacio para imágenes, texto, botones.

Creación de las imágenes que acompañara al sitio web, logos, cabeceras, fotografías, además del proceso concepción y materialización de la información que se va a ofrecer.

APLICACIONES

Creación de las aplicaciones que contendrán el sitio web, encuestas, foros, soporte al cliente, pedidos on-line, mediante programación específica y creación de bases de datos.

POSICIONAMIENTO

Una vez que tenemos terminado el sitio web lo que queremos es que en cualquier buscador, especialmente google, aparezcamos en las primeras posiciones para recibir más visitas a nuestra Web.

Es este punto donde se ha de implementar una metodología específica para alcanzar un posicionamiento óptimo, definiendo las palabras claves de búsqueda, creación de archivos robots.txt.

TESTEO

Realización de pruebas para comprobar la usabilidad y correcto funcionamiento de nuestro sitio, no queremos mostrar paginas con links rotos, paginas en con un formato diferente a las anteriores, aplicaciones no funcionales ya que aportan una imagen negativa y harán que los visitantes no vuelvan a nuestra página.

MANTENIMIENTO Y EXPLOTACIÓN

AMPLIACIONES Y ACTUALIZACIONES

Es muy importante ofrecer información novedosa que atraiga y idealicé a nuestros visitantes o clientes, es importante definir una página de novedades o noticias donde los visitantes obtengan rápidamente las informaciones novedosas y aprecien que el sitio Web se mantiene "vivo" y puede ofrecerle nuevos servicios.

POSICIONAMIENTO

El arte del posicionamiento es una metodología que requiere un seguimiento para poder posicionarnos y mantenernos en los primeros puestos de los buscadores, gran parte de nuestro éxito depende del número de visitas que reciba la Web.

MARKETING

Realizar una estrategia de marketing para dar a conocer nuestra Web ya puede ser mediante publicaciones en periódicos, panfletos, links de otras Web.

MANTENIMIENTO

Realización de programas de mantenimiento para que el sitio web este en funcionamiento durante la vida útil.

2.10.1.3 SITIO WEB

Un sitio web es un conjunto organizado y coherente de páginas web (generalmente archivos en formato html, php, cgi, etc.) y objetos (gráficos, animaciones, sonidos, etc.). Su temática puede ser muy variada. A través de un sitio web podemos ofrecer, informar, publicitar o vender contenidos, productos y servicios al resto del mundo.

Para que un sitio web pueda ser visitado por otras personas es necesario que se encuentre alojado en un servidor. Se trata de una computadora conectada a la World Wide Web con espacio en disco y conectividad suficiente para albergar sitios y servirlos al resto de la comunidad de usuarios de Internet a través de direcciones IP o nombres de dominio.

¿Cuáles son las principales ventajas de tener un sitio web?

Un sitio web de calidad le permitirá mejorar su imagen profesional, demostrando por encima de todo, el conocimiento y la aceptación de las nuevas tecnologías. Además, cada vez son más los miles de usuarios que acceden a Internet buscando información, un producto o servicio. Por eso, no tener una web supone una gran desventaja competitiva con respecto a otras empresas que sí la tienen.

Internet se ha convertido en la forma más eficiente de transmitir información. Permite el contacto directo entre su empresa, cliente y proveedor de una manera más rápida y económica. Toda la información que usted incluya en su sitio web estará disponible las 24 horas del día, 7 días a la semana y 365 días al año.

Clases de Páginas Web

- **Sitio web estático:** Es uno que tiene contenido que no se espera que cambie frecuentemente y se mantiene manualmente por alguna persona o personas que utilizan algún tipo de programa editor.
- **Sitio web dinámico:** es uno que puede tener cambios frecuentes en la información.

Tipos de Sitios Web.

Existen muchas variedades de sitios web, cada uno especializándose en un tipo particular de contenido o uso, y puedes ser arbitrariamente clasificado de muchas maneras. Unas pocas clasificaciones pueden incluir:

- Sitio archivo: usado para preservar contenido electrónico
- Sitio web Log: usado para registrar lecturas online o para exponer diarios online.
- Sitio de empresa: usado para promocionar una empresa o servicio
- Sitio de comercio electrónico: usado para comprar bienes.
- Sitio de comunidad virtual: sitio donde las personas con intereses similares se comunican con otros.
- Sitio de base de datos: un uso donde el sitio principal es la búsqueda y muestra de un contenido específica de la base de datos.
- Sitio de juego: un sitio que es propiamente un juego o un patio de recreo donde mucha gente viene a jugar.
- Sitio de información: contiene contenido que pretende informar a los visitantes pero no necesariamente de propósito comerciales.
- Sitio buscador: un sitio que proporciona información general y está pensando como entrada o búsqueda para otros sitios.
- Sitio político: sitio web donde la gente puede manifestar su visión política.

¿Qué es un DNS?

DNS (DomainName Server): Servidor de nombres. Es el equipo que resuelve los nombres de dominios indicando en donde se encuentran ubicados, Si usted contrata el servicio de Hosting con Azteca Hosting debe asociar su dominio con los DNS de Azteca Hosting.

¿Qué es el servicio de Hosting?

El servicio de Hosting implica el alquiler de un espacio en el disco rígido de un servidor conectado directamente a la red de Internet para alojar su sitio web.

Cuanto mejor sea el servidor donde usted aloja su página Web usted se beneficiará con mayores prestaciones y mejor tiempo de respuesta de su sitio hacia sus visitantes en la web.

SEO 2.0

El **SEO** profesional es una disciplina completamente dinámica. No es posible concebir una práctica efectiva de SEO sin considerar las últimas modificaciones en la arquitectura de los buscadores, tendientes a lograr una lectura mucho más semántica de los contenidos. Es cierto, sin embargo, que muchas de las técnicas que históricamente se vienen implementando para lograr un mejor posicionamiento en buscadores todavía son de utilidad. Sin embargo quien se quede con las prácticas de SEO de la “vieja escuela” estará sacrificando herramientas poderosísimas que lo pueden llevar a ese lugar de privilegio al que aspira.

Analicemos las diferencias, básicamente en objetivos que el SEO 1.0 presenta con las nuevas modalidades de SEO semántico. Uno de los objetivos de la web 2.0 es construir comunidad, es decir, favorecer la comunicación entre usuarios de perfiles similares, lo que redundará en una distribución mucho más horizontal de la comunicación. Por ello, cuando para el SEO tradicional el objetivo era

aumentar las visitas, para el SEO 2.0 es aumentar las conversiones, es decir, lograr que la máxima tasa posible de visitantes se convierta en clientes.

La forma en que se construyen las redes de enlaces también ha mutado en la era de la web 2.0. En el pasado se trataba de una sumisión mecanizada de la página, cuantos más sitios mejor. Ahora, la idea es dotar a las redes de enlaces de valor agregado, es decir, que sean un servicio agregado para los visitantes. En el pasado, si el sitio se dedicaba a una actividad, y en su blogroll, por ejemplo, había sitios de otras actividades totalmente distintas, no era un asunto al que se le prestara mayor consideración. Ahora, el blogroll debe ser una herramienta para los usuarios que visitan nuestra página. Por eso, los links que aquí se incluyan deberán estar relacionados con nuestra actividad, y suponer un plus de información para nuestros visitantes.

Uno de los objetivos más importantes del SEO 2.0 es el “compromiso”. Es decir, no será suficiente el tener tráfico, sino que la idea es lograr que los usuarios interactúen con nosotros, se comuniquen, retornen a nuestra web, y, fundamentalmente, nos vuelvan a comprar y nos recomienden a su comunidad.

Las fuentes de tráfico también han cambiado en la era de la Web 2.0. Muchos sitios encuentran que el grueso de sus visitas proviene de la social media, como Twitter y Facebook, restando visitantes provenientes de los buscadores. Esto es así porque cada vez con más frecuencia los usuarios recaban información de sus comunidades online, antes que consultar a los buscadores cuando desean información sobre un producto o servicio. En definitiva es en estas nuevas prácticas de SEO y SEM donde encontraremos las respuestas que nos conducirán a mejores retornos de lo invertido en promoción web, y un aumento de las ventas por internet.

Recursos de la Web social

Las expresiones Web 2.0 y Web social (o medios sociales), se utilizan de manera indistinta, aunque hay autores que matizan ambas expresiones, de modo que Web 2.0 haría referencia a las aplicaciones actuales disponibles en Internet, mientras que la expresión medios sociales "se refiere más ampliamente a conceptos como

el uso de estas aplicaciones y la formación de comunidades en línea" (Rogers, 2009, citado por González, 2009).

Redes Sociales

Las redes sociales son una de las manifestaciones más novedosas y difundidas del mundo 2.0. Se caracterizan por la interacción social entre individuos, grupos e instituciones. Son sistemas abiertos y en construcción permanente que "involucran a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos"

Por ello, no nos puede extrañar que las bibliotecas estén incrementando su incorporación a estas redes para "estar donde los usuarios están, utilizar las mismas plataformas y canales de comunicación que ellos" (Margaix-Arnal, 2008).

Blogs

El blog se ha constituido como una de las herramientas 2.0 más utilizada hasta el momento por las bibliotecas (González, 2007). Lo más característico son las anotaciones individuales de periodicidad variable, ordenadas generalmente de forma cronológica inversa y de las cuales se conserva un archivo (Leiva, 2006).

Compartir archivos multimedia

Los sitios para compartir archivos permiten a los usuarios que lo deseen subir archivos (audio, vídeo, imágenes, etc.) que pasan a estar disponibles en libre acceso. Los sitios con estas cualidades más difundidos son: YouTube, Slideshare, IssuuVimeo o Flickr.

Las características principales de estas herramientas son:

- a) incluir funcionalidades sociales,
- b) insertar contenidos de otras páginas web,
- c) configurar los archivos con diferentes niveles de privacidad y licencias de uso.

Sindicación de contenidos (rss)

El rss (*richsitesummary* o *really simple syndication*) tiene por finalidad la distribución masiva de información procedente de distintos sitios. Un archivo rss suele definirse como una descripción estructurada de uno o varios sitios web. Para poder interpretar estos archivos hay que utilizar programas agregadores. Se pueden utilizar diferentes posibilidades para la lectura de los mismos, algunas incorporadas en los navegadores, otras, están en línea

Marcadores sociales

Son un tipo de recurso que posibilita añadir los marcadores que antes se acostumbraba a guardar en los navegadores. Puede almacenar sitios web y compartirlos.

2.10.2 PUBLICIDAD EN LA WEB

Las Páginas Web se han convertido en el medio de difusión de información especializada más potente de toda la historia de la comunicación social. Su potencia así como su continua actualización y la especificidad de los temas que desarrolla, permite informarse de manera rápida y confiable sobre una amplia gama de productos, servicios y organizaciones a nivel local y mundial. Las Páginas Web, por lo tanto, son instrumentos muy poderosos de promoción de la imagen institucional, sus relaciones y sus productos y servicios.

Si bien es cierto que el contenido de una página Web es un factor determinante a la hora de medir la repercusión que la misma haya tenido dentro de la comunidad de Internet, también es conveniente mencionar que sin una adecuada promoción y difusión de dicha página, los resultados seguramente serán magros. Obviamente no alcanza con avisar vía e-mail a un grupo de amigos o conocidos acerca de la existencia de la nueva página.

La difusión es necesaria para llegar a más gente los medios convencionales son los indicados para llegar a las masas y que el **sitio web** tenga una difusión mucho más amplia. El **proceso de difusión de un sitio web** no tiene un límite ya que

siempre es necesario publicitar y dar a conocer los productos o proyectos que se elaboran de lo contrario tendrán poca visibilidad.

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

La publicidad es la acción de transmitir un mensaje utilizando medios de comunicación con la intención de influir sobre el comportamiento del consumidor. La publicidad forma parte de la promoción, uno de los elementos del Marketing Mix. El objetivo es el dar a conocer el producto, para así aumentar su nivel de ventas.

OBJETIVOS DE LA PUBLICIDAD

Los objetivos básicos de la publicidad son los siguientes:

- Llamar la atención para que el consumidor capte lo que se le está comunicando
- Despertar interés en el consumidor.
- Provocar un deseo en el consumidor para que esté dispuesto a comprar el producto.
- Conseguir la venta como auténtico objetivo de la publicidad, como consecuencia de los objetivos anteriores.

LOS PRINCIPIOS DE LA PUBLICIDAD

Para que la publicidad sea efectiva es necesario que cumpla los siguientes principios que permitirán llegar al consumidor y posibilitar el que las ventas del producto anunciado aumente:

Sencillez. La publicidad intenta llegar a una gran cantidad de personas, por lo que si el mensaje que se transmite es sencillo, podrá ser captado por un mayor número de potenciales clientes.

Original. La originalidad del mensaje es clave para captar la atención, ya que lo nuevo, lo sorprendente y lo original destaca sobre todo lo demás.

Repetitivo. Las campañas publicitarias repiten una y otra vez el mensaje para que éste llegue a todo el mundo. Esloganes fáciles de recordar, músicas agradables y pegadizas pueden reforzar el mensaje para que llegue a todo el mundo

Sinceridad. El mensaje debe ser sincero porque un cliente insatisfecho y frustrado no vuelve a comprar un producto.

2.10.2.1 MEDIOS DE DIFUSIÓN O PROMOCIÓN

Dar a conocer un sitio web, un producto, un servicio o una idea en internet no es tarea fácil, ya que en la red existen más de ocho mil millones de páginas web. Sin embargo, tampoco es una misión imposible porque se dispone de valiosas herramientas promocionales, como la publicidad en internet

Definición de Publicidad en Internet:

En esencia, la "**publicidad en internet**" es una forma de comunicación impersonal que se realiza a través de la red y en el que un patrocinador identificado transmite un mensaje con el que pretende informar, persuadir o recordar a su público objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve. Todo esto, con la finalidad de atraer visitantes hacia su sitio web, posibles compradores, usuarios, seguidores

Medios de la Publicidad en Internet:

La publicidad tradicional necesita de diversos medios para transmitir un mensaje, por ejemplo: la televisión, la radio, los periódicos, las revistas, el costado de un

autobús, etc. De igual manera, la **publicidad en internet** necesita utilizar diversos medios para transmitir mensajes a su público objetivo.

En ese sentido, los medios que se pueden utilizar para implementar una campaña publicitaria en la red, son los siguientes:

- **Buscadores:** Definitivamente, se los puede considerar como uno de los mejores medios para dar a conocer un sitio web. Esto, debido a que la gran mayoría de personas acude a un buscador para encontrar aquello que necesita, por lo que los buscadores suelen derivar visitantes muy interesados en lo que un sitio web ofrece (productos, servicios, información).

Sin embargo, su principal desventaja es la alta competencia que existe entre miles e incluso millones de páginas web que intentan ubicarse en las primeras 10 posiciones de los resultados de búsquedas, lo cual, demanda un elevado nivel de conocimiento en cuanto a todo lo que involucra el posicionamiento en buscadores. Los principales buscadores en los que un sitio web no puede dejar de estar son los siguientes: **Google, Yahoo, MSN y Altavista.**

- **Directorios:** Son como las guías de teléfonos o mejor aún, como las páginas amarillas en las que se puede encontrar una página web según la categoría y tema en la que se encuentre (artes, educación, negocios, salud, etc...), por lo que pueden derivar un buen volumen de visitantes interesados en lo que un sitio web ofrece. La principal ventaja de los directorios radica en que sirven de referencia a algunos buscadores que los utilizan para organizar sus propios directorios.
- **Programas de anuncios:** Son programas que permiten colocar un anuncio (imagen o texto) que será mostrado en páginas web relacionadas con el tema del anuncio. De esa manera, se logra atraer un volumen bastante apreciable de visitantes interesados en lo que un sitio web ofrece. Además, solo se paga cuando una persona hace clic en el anuncio; lo cual, reduce drásticamente el costo total e incrementa su rentabilidad.
- **Páginas que ofrecen bloques de píxeles:** Es una idea relativamente nueva para llegar al público objetivo. Consiste en una página web que está fraccionada en

píxeles o bloques de píxeles para que en estos espacios se pueda colocar un banner o un texto con un enlace (link) hacia la página web que se quiere dar a conocer. La gran ventaja de este medio es su costo, entre 10 y 25 U\$D por 5 o más años de permanencia del anuncio en el (los) bloque(s) elegido(s).

- **Sitios de intercambio de banners:** Son sitios web que favorecen el intercambio de banners entre diferentes sitios web. La principal desventaja de este medio es la baja selectividad que tiene, porque muchas veces los anuncios aparecen en sitios web que no tienen ninguna relación con lo que se ofrece (lo que puede generar visitantes no interesados en lo que el sitio web ofrece). Sin embargo, no está demás tomarlo en cuenta.
- **Boletines electrónicos:** Existen Boletines Electrónicos que ofrecen un espacio (para colocar un banner o un texto) en los correos electrónicos que envían regularmente a sus suscriptores. La ventaja de éste medio es que si se contrata un espacio en un e-Boletín que tiene miles de suscriptores y que está relacionado con los productos o servicios que ofrece el sitio web, se podrá llegar a miles de posibles visitantes o clientes sin mayor esfuerzo.
- **Espacios en páginas web para publicidad:** Muchos sitios web (por no decir la gran mayoría) ofrecen un espacio en sus diferentes páginas web para que algún anunciante pueda colocar un banner o un texto a cambio de una suma de dinero. Para ubicar este tipo de sitios web se puede utilizar un Buscador ([Google](#)) y apuntar palabras relacionadas con lo que el sitio web ofrece. Luego, se debe navegar por esos sitios para ver si existen espacios donde se puedan colocar el banner o texto. Si alguno de éstos sitios lleva buen tiempo en la red (varios meses o años), tiene una buena cantidad de visitas al día y no tiene muchos anunciantes, entonces vale la pena que se contrate algún espacio disponible porque puede derivar muchos visitantes interesados en lo que el sitio web ofrece.
- **Anuncios clasificados:** Diversos sitios web ofrecen la posibilidad de colocar un anuncio en un sector acorde al rubro del anuncio, el país donde aplica, el tipo de producto, etc. Algunos, brindan este servicio previo pago, otros en cambio (la

mayoría) lo hacen gratis. Dos ejemplos de este tipo de sitios web, se los puede ver en: Tiwy.com y Clasifica.com (Ambos ofrecen la colocación de anuncios gratis).

Elementos Publicitarios que se Pueden Emplear en una Campaña de Publicidad en Internet:

- **Banners:** Son imágenes rectangulares, ya sea horizontales o verticales, en formato JPG o GIF (para banners estáticos) y en Gif Animado o Flash (para banners animados). Por lo general, tienen tamaños standard, por ejemplo, los banners horizontales son de 468 x 60 píxeles o 720 x 90 píxeles (rascacielos). Los banners verticales, pueden ser de 160 x 600 píxeles, 120 x 600 píxeles y 120 x 240 píxeles.

Cabe señalar que para una rápida descarga de éstas imágenes, se sugiere que no excedan los 12kb.

- **Texto:** Por lo general, es una frase escrita que incluyen un link o enlace hacia una determinada página del sitio web que se desea dar a conocer. Se recomienda que ésta frase además de mencionar el nombre de la página web, incluya las palabras clave con las que se pretende lograr una buena posición en los buscadores y que se encuentran en mayor proporción en la página hacia la que apunta el enlace.
- **Botones:** Son pequeñas imágenes en JPG o GIF de 125 x 125 píxeles. Estas imágenes pueden ser cuadradas, redondas, etc.
- **Firmas digitales:** Son textos que se incluyen al final de cada correo electrónico (que se vaya a enviar a alguien) para identificar, por ejemplo, al director del sitio web, su cargo, página web, correo electrónico y el producto o servicio que se pretende promocionar.

Medios de comunicación y Web 2.0

En el vertiginoso mundo de Internet cada día se plantean nuevas teorías que para la tarde ya encuentran su ocaso, de allí que hemos intentado buscar parámetros

amplios y generales para medir la integración exitosa o no de los medios de comunicación en el marco de la web 2.0.

Los parámetros de medición que usamos son extraídos del artículo “Internet: nuevos paradigmas de la comunicación”.

Primer paradigma: Interactividad

Sistemas de feedback más dinámicos, inmediatos y globales, que paulatinamente se transforman en mecanismos de encuestas online, donde el usuario puede opinar y ser parte de la construcción de la noticia.

Segundo paradigma: Personalización

El viejo sueño de la información a la carta se hace realidad, pero no sustituye las bondades del "menú del día", clásica oferta de los medios masivos generalistas.

Tercer paradigma: Multimedialidad

La tecnología digital permite la integración de todos los formatos de información (texto, audio, video, gráficos, animaciones) en un mismo soporte.

Cuarto paradigma: Hipertextualidad

Este nuevo paradigma discursivo tiene la virtualidad de dotar a la escritura y a la lectura de un modelo estructural muy próximo al del pensamiento, que funciona por procesos asociativos y no de modo lineal.

Quinto paradigma: Actualización

Una nueva temporalidad mediática caracterizada por la velocidad y la obsesión de inmediatez.

Sexto paradigma: Abundancia

Los medios digitales también trastocan el argumento del recurso escaso, ya que multiplican los canales disponibles, transmitiendo mayor cantidad de información en menor tiempo y a escala universal

Séptimo paradigma: Mediación

La mediación profesional de los comunicadores en los procesos de acceso del público a las fuentes y a los propios medios.

2.10.2.2 FUNCIONES DE DIFUSIÓN

Tres son las funciones fundamentales

- 1. Función informativa.** Sabemos que su fin es dar a conocer un producto y para ello recurre no sólo a la imagen, sino también al texto y/o la palabra.
- 2. Función persuasiva.** No sólo necesita dar a conocer, informar, necesita persuadir, convencer, para lo que le resultan válidos todo tipo de argumentos
- 3. Función económica.** Como empresa necesita obtener beneficio, necesita ser rentable, ¿cómo?: creando nuevas necesidades, creando nuevos consumidores.

La publicidad es uno de los grandes motores de la economía porque nuestra sociedad es, en gran medida, una sociedad de bienes de consumo y las empresas necesitan dar a conocer esos productos por lo que no reparan en emplear tremendas inversiones en publicidad (que, en definitiva, acaba pagando el consumidor a través del incremento del valor del producto)

Pero además, la publicidad busca cumplir en nuestra sociedad una serie de funciones:

- a. Función financiadora:** es la publicidad uno de los principales medios de financiación para todos los medios de comunicación. Esta dependencia de la

publicidad condiciona en numerosas ocasiones a los propios medios: la televisión es el caso más significativo pero no podemos dejar de lado a la prensa -se maquetan los textos una vez que se distribuye la publicidad del día- o la radio.

- b. Función sustitutiva.** La publicidad no presenta sino una representación manipulada de la realidad (Un anuncio de tabaco, por ejemplo, jamás va a presentar la realidad de las consecuencias que puede producir su consumo, buscará plantear otro tipo de asociaciones -placer, conquista, aventura...-, al hecho de fumar)
- c. Función estereotipadora.** Se tiende a unificar gustos, hábitos de comportamiento y de vida. Las investigaciones sobre la incidencia de la publicidad en grupos sociales concretos demuestran que no sólo influye en la elección de lo que se compra sino en la interiorización de ideas y pautas de conducta. Es evidente, que además de promocionar productos, la publicidad nos ofrece modelos de vida y referentes culturales.
- d. Función desproblematizadora:** El mundo que nos muestra la publicidad rara vez deja de ser un mundo fascinador, sin problemas ni tensiones. Nos ofrece el lado “bello” de la vida al que accederemos gracias al consumo.

2.10.2.3 DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN

Hoy en día no puede concretarse un nuevo emprendimiento exitoso sin un sitio Web que lo acompañe y le sirva de presentación. Un buen sitio hace de punto de contacto y referencia para nuestros clientes y a la vez, nos ofrece una oportunidad para dar a conocer nuestro emprendimiento a un público más amplio.

Sabemos que publicar el sitio es sólo la primera parte del proceso de promoción, porque una vez publicado necesita difundirse y atraer visitas. Hoy queremos darte algunos consejos para ayudar a que a tu sitio alcance una mayor cantidad de visitas y de esa manera hacer crecer tu negocio.

Primer paso: dar a conocer el sitio entre amigos y conocidos.

En tu pantalla de administración tienes a la vista varias herramientas para compartir el sitio en redes sociales como Facebook, LinkedIn y Twitter. También podrás promocionar tu sitio a través de los contactos que posees en tus cuentas de E-mail. Esto, desde luego, es muy importante, pero si no hicieras más, dejarías de atraer a muchas visitas potenciales.

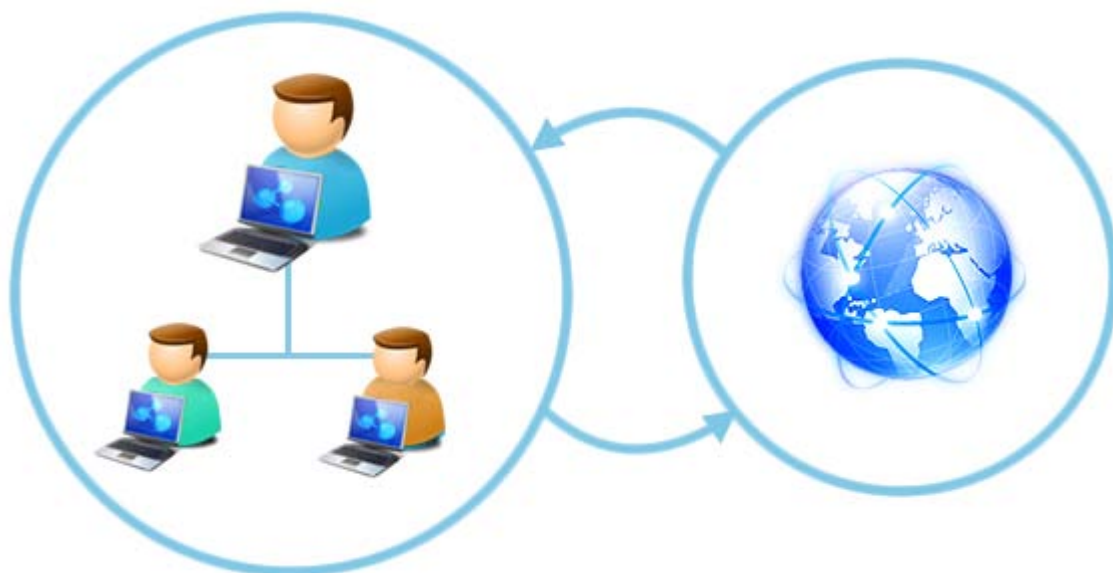


Grafico 4

Fuente: <http://blog.neositios.com/2010/02/consejos-para-la-difusion-y-promocion-de-tu-sitio/>

A muchas de las personas que conoces y contactas a través del mail tu sitio les interesará, pero con certeza hay cientos de personas que no conoces y están esperando encontrarse con un sitio como el tuyo en algún lugar de la red. La mejor manera de captar a esta multitud de desconocidos buscando tu sitio es con un buen posicionamiento en los buscadores. Las pautas para conseguir un lugar prominente en Google son sencillas.

Segundo paso: Agregar tu sitio a Google.

Este es el paso más sencillo de todos. Una vez que tu sitio esté listo, debes notificar a Google para que te incorpore en su directorio. La manera de realizar, es utilizando la herramienta que se encuentra en la administración de tu sitio

denominada **“Promocionalo”**. Una vez ingresado allí sólo tienes que completar los campos disponibles para la descripción de tu sitio, hacer click en “Agregar tu sitio en Google!” y elegir la opción automática (recomendada) o la opción manual (para usuarios avanzados). Al cabo de unos 15 días aproximadamente, tu sitio aparecerá en el buscador.



Grafico 5

Fuente: <http://blog.neositios.com/2010/02/consejos-para-la-difusion-y-promocion-de-tu-sitio/>

Tercer paso: Descripción y palabras clave.

Tu sitio puede estar incorporado en el sistema de búsquedas de Google y aún así ser difícil de encontrar. Para solucionar esto, tienes que definir las *palabras clave* y agregar una descripción propia del sitio. Las palabras clave son “etiquetas” que sirven para identificar tu sitio de forma rápida. Por ejemplo, si eres un personal trainer querrás asociar tu sitio con palabras como “entrenamiento”, “estado físico”, “nutrición”, “deportes”, de manera que tu sitio también tenga una buena posición en el buscador cuando alguien incluya estas palabras en su búsqueda.

Puedes modificar descripción y palabras clave desde la herramienta **“Promocionalo”**.

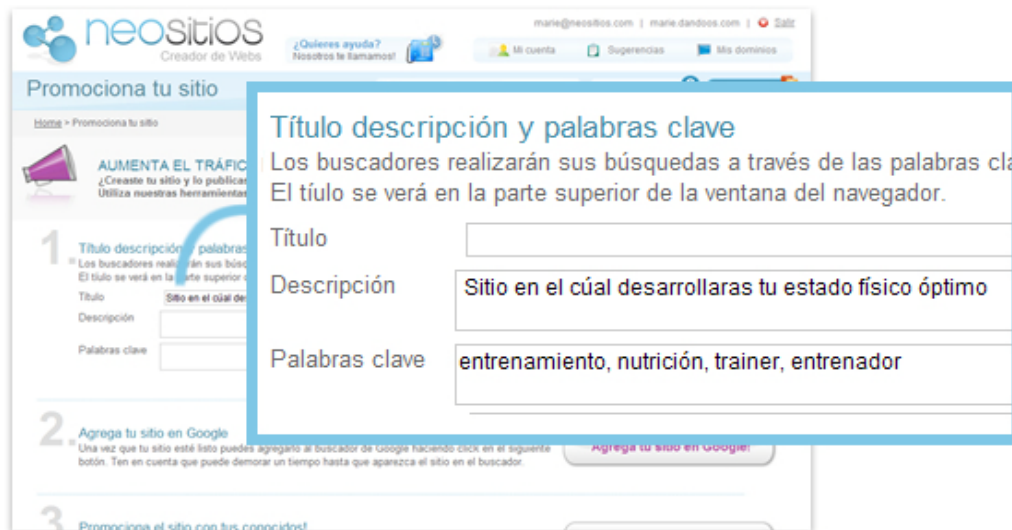


Grafico 6

Fuente: <http://blog.neositios.com/2010/02/consejos-para-la-difusion-y-promocion-de-tu-sitio/>

Cuarto paso: Intercambiar links.

Otra buena idea para difundir tu sitio consiste en intercambiar links. Esto significa incluir un link a otro sitio a cambio de una incorporación de un link al tuyo. Recuerda que tiene una página especialmente diseñada para incluir Links, denominada “**Links amigos**”



Grafico 7

Fuente: <http://blog.neositios.com/2010/02/consejos-para-la-difusion-y-promocion-de-tu-sitio/>

2.11 Hipótesis

“La implementación del sitio web incidirá en la difusión y promoción del Centro Educativo Albert Einstein ubicado en la parroquia Ciudad Nueva del cantón Píllaro Provincia de Tungurahua”

2.12 Señalamiento de variables de la hipótesis

2.12.1 Variable Independiente

Sitio Web

2.12.2 Variable Dependiente

Difusión y promoción

CAPITULO III

METODOLOGIA

3.8 Enfoque

Para el desarrollo del presente proyecto se baso en el enfoque Cualitativo y se obtuvo información de manera oral a través de entrevistas informales y encuestas. Esta investigación se basó en la realidad en la que se encuentra la institución, para así con la elaboración de este proyecto contribuir el cambio y desarrollo del Centro Educativo.

3.9 Modalidad básica de la investigación

El desarrollo de esta investigación se contextualiza en la modalidad de investigación de campo, dado que se tomará contacto directo con la realidad para obtener información de acuerdo a los objetivos planteados inicialmente, lo cual será de gran ayuda para obtener elementos para el desarrollo de esta investigación.

Igualmente se apoya en una investigación bibliográfica y tecnológica por que recoge información actualizada.

El paradigma en que se sustenta esta investigación es más rica en detalles y profundidad en la investigación del problema.

3.10 Nivel o tipo de investigación.

El desarrollo de la investigación se iniciará con el nivel explorativo el cual permitirá indagar los por menores del proyecto.

Posteriormente se utilizará el nivel descriptivo para clasificar los elementos y estructuras que debe tener el sitio, finalmente se aplicará el nivel explicativo

para comprobar experimentalmente la hipótesis, lo que permitió la estructuración de propuestas de solución a la problemática analizada.

3.11 Población y muestra.

El universo de estudio está integrado por: Director, Maestros, Estudiantes y Padres de Familia del Centro Educativo “Albert Einstein” del Cantón Píllaro

POBLACIÓN	FRECUENCIA
Director	1
Maestros	17
Padres de Familia	77

Tabla 1
Fuente: Ing. Jenny Pujos

Se aplicó la encuesta a una muestra de padres de familia y maestros del Centro Educativo “Albert Einstein” para conocer la percepción que estos tienen con respecto a sitios web, además para medir el grado de aceptación para la implantación del sitio web.

3.13 Recolección de información

- Para la recolección de información se empleará encuestas a maestros y padres de familia.
- Las Entrevistas se lo realizará a las autoridades del la Institución.

3.14 Procesamiento y análisis

- Revisión de la información recogida.
- Realización de la tabulación o cuadros.
- Manejo de la información.
- Estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.3 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECOPIADA

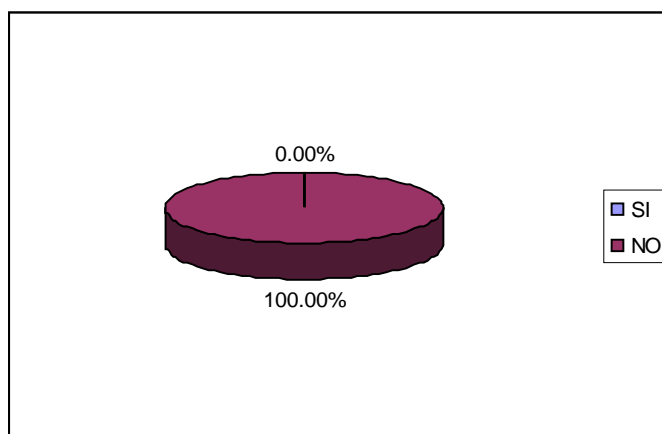
1. ¿Sabe Ud. si el Centro Educativo “Albert Einstein” cuenta con una página Web o un sitio Web?

Tabla N° 4

ALTERNATIVO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0.00%
NO	77	100.00%
TOTAL	77	100.00%

Fuente: Centro Educativo “Albert Einstein”
Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

GRAFICO N° 8



Fuente: Centro Educativo “Albert Einstein”
Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Análisis: 77 padres de familia que corresponden al 100.00%, manifiesta que el Centro Educativo “Albert Einstein” no tiene un Sitio Web

Interpretación: De los resultados que se obtienen podemos decir que la Institución no tiene sitio web, por lo tanto los padres de familia no conocen este mecanismo.

2. Si el Centro Educativo “Albert Einstein” contaría con una página o sitio Web ¿Que le gustaría encontrar en ella?

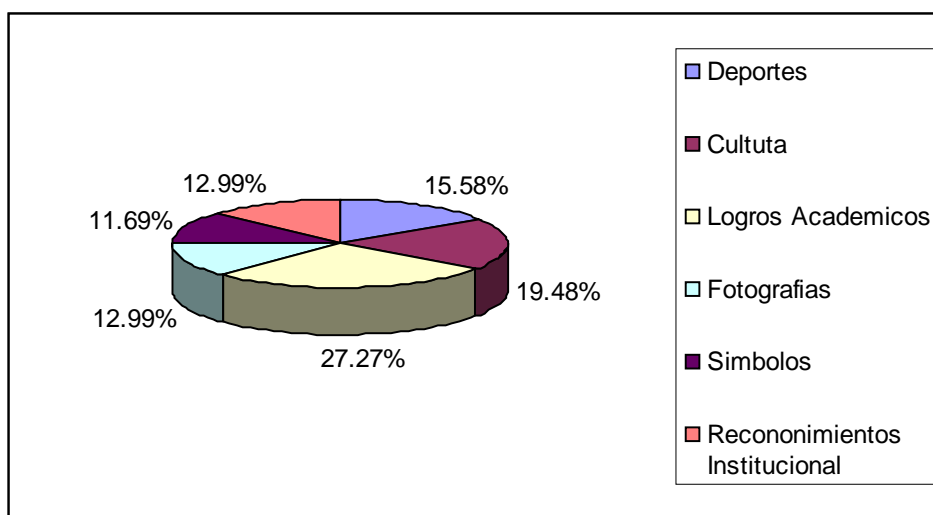
- a) Deportes
- b) Cultura
- c) Logros académicos
- d) Fotografías
- e) Símbolos
- f) Reconocimientos institucionales

Tabla N° 5

ALTERNATIVO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Deportes	12	15.58%
Cultura	15	19.48%
Logros Académicos	21	27.27%
Fotografías	10	12.99%
Símbolos	9	11.69%
Reconocimientos Institucional	10	12.99%
TOTAL	77	100.00%

Fuente: Centro Educativo “Albert Einstein”
Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Gráfico N° 9



Fuente: Centro Educativo “Albert Einstein”
Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Análisis: 12 padres de familia que corresponden al 15,58%, manifiestan que debería tener la página algo de deporte, mientras que 15 padres de familia que corresponden al 19,45%, dicen que también tenga algo de cultura, 21 padres de familia que corresponden al 27,27%, dicen que debería tener un espacio de logros académicos de la Institución, 10 padres de familia que corresponden al 12,99%, opinan que hay que poner fotografías de los estudiantes, 9 padres de familia que corresponden al 11,69%, exponen que también debe ir los símbolos de la escuela, 10 padres de familia que corresponden al 12,99%, exponen que debe ir los reconocimientos institucionales.

Interpretación: De los resultados que se obtienen se puede decir que un gran porcentaje desean que en el sitio web se ponga los logros Institucionales, mientras que los otros porcentajes son casi equitativos que vayan en el sitio web temas que sean atractivos para los alumnos y el público general.

3. **Considera Usted que la información del sitio Web ayudará a promocionar a la institución.**

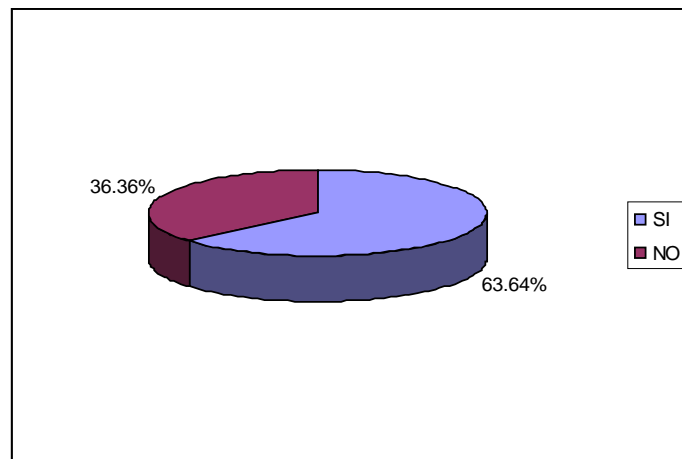
Tabla N° 6

ALTERNATIVO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	49	63.64%
NO	28	36.36%
TOTAL	77	100.00%

Fuente: Centro Educativo "Albert Einstein"

Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Gráfico N° 10



Fuente: Centro Educativo "Albert Einstein"

Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Análisis: 49 padres de familia que corresponden al 63.64%, manifiesta que la pagina Web ayudara a promocionar al Centro Educativo "Albert Einstein", mientras que 28 padres de familia que equivalente a 36.36% expone que la pagina no daría mucha promoción a la institución

Interpretación: De los resultados que se obtienen podemos decir que la mayoría de los padres de familia opinan que el sitio web daría una gran promoción a la Institución.

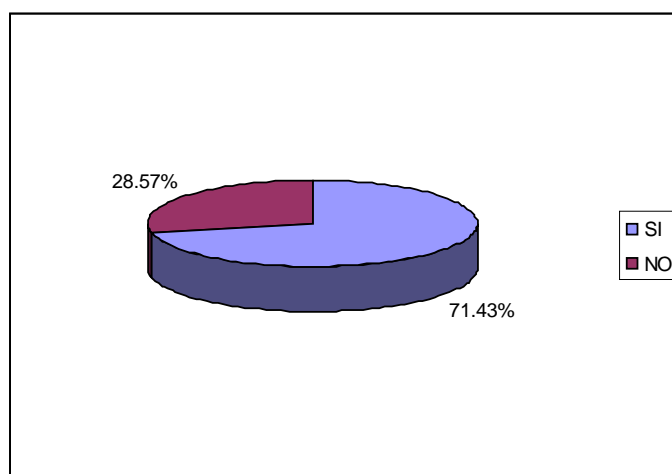
4. ¿Le gustaría publicar las experiencias institucionales a través del sitio web?

Tabla N° 7

ALTERNATIVO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	55	71.43%
NO	22	28.57%
TOTAL	77	100.00%

Fuente: Centro Educativo "Albert Einstein"
Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Gráfico N° 11



Fuente: Centro Educativo "Albert Einstein"
Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Análisis: 55 padres de familia que corresponden al 71.43%, manifiesta que las experiencias institucionales en el sitio web ayudaría a los niños en su autoestimas mientras que el 28.57% no está de acuerdo en la publicación en la página Web.

Interpretación: De los resultados que se obtienen podemos decir que la mayoría de los padres de familia opinan que sería de gran ayuda publicar las experiencias institucionales en el sitio web para los alumnos y publico general.

5. ¿Conoce Ud. qué ventajas ofrece un sitio Web en la institución?

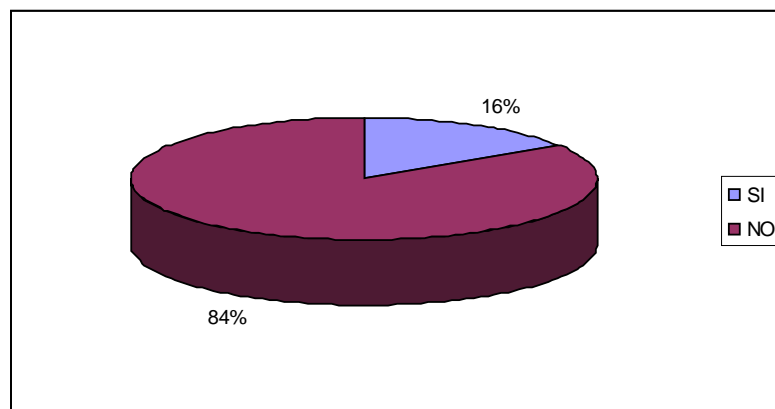
Tabla N° 8

ALTERNATIVO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	15.58%
NO	65	84.42%
TOTAL	77	100.00%

Fuente: Centro Educativo "Albert Einstein"

Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Gráfico N° 12



Fuente: Centro Educativo "Albert Einstein"

Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Análisis: 65 padres de familia que corresponden al 84.42%, manifiestas que desconocen las ventajas que ofrece el sitio web, mientras que el 15.58% tiene una mínima idea de las ventajas que ofrece la misma.

Interpretación: De los resultados que se obtienen podemos decir los padres de familia desconocen en su totalidad las ventajas que ofrece el sitio web.

6. ¿Conoces Ud. algunas instituciones que posean páginas web o sitios web a nivel cantonal?

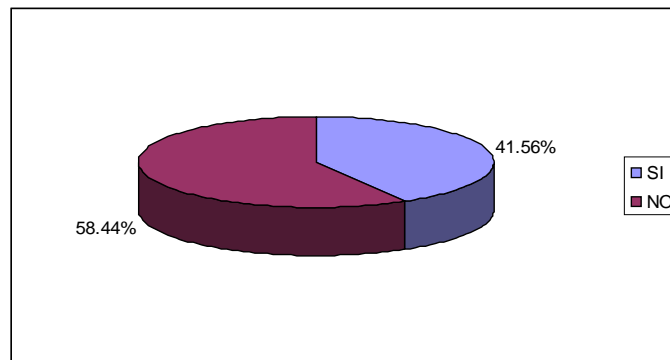
Tabla N° 9

ALTERNATIVO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	32	41.56%
NO	45	58.44%
TOTAL	77	100.00%

Fuente: Centro Educativo "Albert Einstein"

Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Gráfico N° 13



Fuente: Centro Educativo "Albert Einstein"

Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Análisis: 45 padres de familia que corresponden al 58.44%, manifiestas que desconocen si otras instituciones tienen el sitio web, mientras que 32 padres de familia dicen que si saben de otras instituciones que tienen páginas Web.

Interpretación: De los resultados que se obtienen podemos decir los padres de familia desconocen de otras instituciones que tiene sitio web.

7. ¿Crees Ud. que la información que aparecerá en la página web facilita el proceso de crecimiento de la institución?

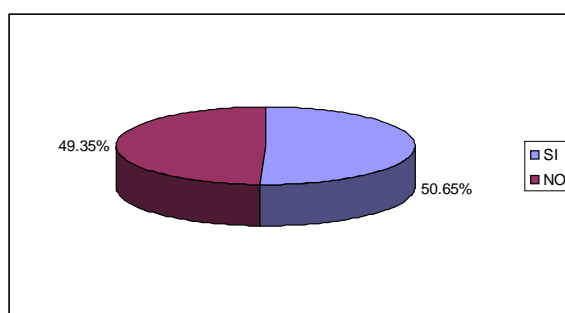
Tabla N° 10

ALTERNATIVO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	39	50.65%
NO	38	49.35%
TOTAL	77	100.00%

Fuente: Centro Educativo "Albert Einstein"

Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Gráfico N° 14



Fuente: Centro Educativo "Albert Einstein"

Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Análisis: 39 padres de familia que corresponden al 50.65%, manifiestan que la información que se presentara en el sitio web ayudara al crecimiento de la Institución, mientras que el 49.35% piensa que no ayudara al crecimiento de la institución.

Interpretación: De los resultados que se obtienen podemos decir los padres de familia tienen gran expectativa en el crecimiento de la institución a través de la página Web.

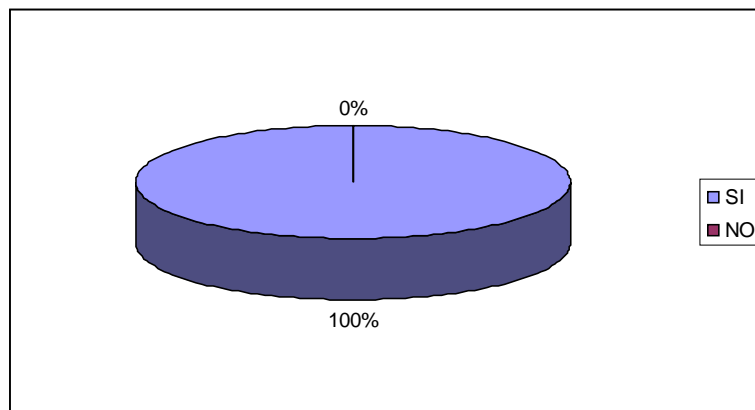
8. ¿Cree usted que un sitio web debe estar ajustado a las necesidades de la Institución?

Tabla N° 11

ALTERNATIVO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	77	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	77	100.00%

Fuente: Centro Educativo "Albert Einstein"
Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Gráfico N° 15



Fuente: Centro Educativo "Albert Einstein"
Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Análisis: 77 padres de familia que corresponden al 100.00%, manifiesta que el sitio web tiene que estar de acuerdo a las necesidades.

Interpretación: De los resultados que se obtienen podemos decir que la página Web debe estar acorde a las necesidades de la institución, alumnos y público general.

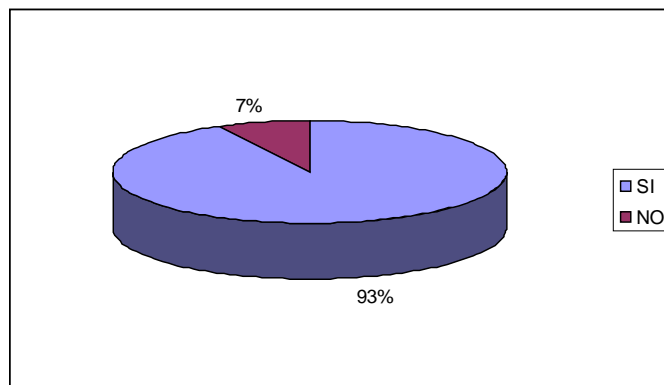
9. ¿Cree usted que el Internet es un medio fundamental para dar a conocer a la Institución?

Tabla N° 12

ALTERNATIVO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	62	92.54%
NO	5	7.46%
TOTAL	67	100.00%

Fuente: Centro Educativo "Albert Einstein"
Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Gráfico N° 16



Fuente: Centro Educativo "Albert Einstein"
Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Análisis: 62 padres de familia que corresponden al 92.54%, manifiesta que si es un medio para dar a conocer, mientras que 5 padres que corresponde al 7% dicen que no es un buen medio.

Interpretación: De los resultados que se obtienen podemos decir que la gran mayoría de los padres de familia dicen que el Internet es un medio para la difusión de la institución.

10. Conoce usted a través de qué medio se divulga el acontecer del Centro Educativo “Albert Einstein”

- a) Tablero mural
- b) Sala de profesores
- c) Carteleras
- d) Radio
- e) Comunicados escritos
- f) Información verbal

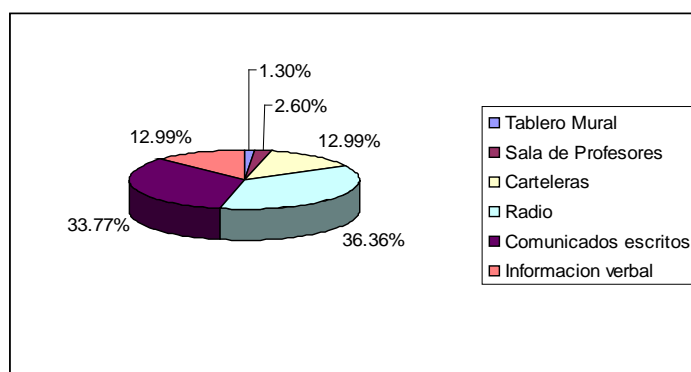
Tabla N°13

ALTERNATIVO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tablero Mural	1	1.30%
Sala de Profesores	2	2.60%
Carteleras	10	12.99%
Radio	28	36.36%
Comunicados escritos	26	33.77%
Información verbal	10	12.99%
TOTAL	77	100.00%

Fuente: Centro Educativo “Albert Einstein”

Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Gráfico N° 17



Fuente: Centro Educativo “Albert Einstein”

Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Análisis: 1 padre de familia manifiesta que se divulga a través del tablero mural, 2 padres de familia en la sala de profesores, 10 padres de familia en carteleras, 28 padres de familia en la radio, 26 padres de familia en comunicaciones escritas y 10 padres de familia dicen que en información verbal.

Interpretación: De los resultados que se obtienen se puede decir que un gran porcentaje piensan que se divulgan a través de la radio, mientras que los otros porcentajes no tienen mucho conocimiento en donde se divulga los acontecimientos de la institución.

4.4 VERIFICACIÓN DE LA HIPOTESIS

Para poder realizar la verificación de la hipótesis, se utilizó la prueba estadística del Chi-cuadrado, el cual es un estadígrafo de distribución libre que permite establecer la correspondencia entre valores observados y esperados, con la finalidad de llegar a la comparación de distribuciones enteras. En consecuencia, se puede deducir que es una prueba que permita la comprobación global del grupo de frecuencias esperadas calculadas que a partir de la hipótesis, se requiere verificar.

4.4.1 Combinación de frecuencias

Para establecer la comunicación entre la Variable Independiente con la Variable Dependiente, se eligió dos preguntas de las encuestas a los padres de familia del Centro Educativo Albert Einstein, es decir una por cada variable de estudio, lo que permitió efectuar el respectivo proceso de combinación.

Pregunta # 1: ¿Sabe Ud. si el Centro Educativo “Albert Einstein” cuenta con una página Web o un sitio Web?

Pregunta #3: Considera Usted que la información del sitio web ayudará a promocionar a la institución

4.4.2 Frecuencias observadas

PREGUNTA 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0.0%
NO	77	100.00%
TOTAL	77	100.00%

Fuente: Centro Educativo “Albert Einstein”

Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

PREGUNTA 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	49	63.64%
NO	28	36.36%
TOTAL	77	100.00%

Fuente: Centro Educativo “Albert Einstein”

Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

Para obtener la tabla de frecuencias observadas, se tomo como modelo los resultados de dos preguntas formulas en la encuesta que fue dirigida a los padres de familia del Centro Educativo “Albert Einstein”, luego se realizo el cálculo correspondiente a la correlación en el cual se multiplico el valor de la frecuencia del SI (0) de la tabla N°1 por el SI (49) de la tabla N°3, para posterior dividirlo para el TOTAL de la muestra (77), dando lugar al primer valor (fila*columna/77=0) de la tabla N° 14 , el segundo valor sea (0*28)/77=0 y así sucesivamente para los demás valores, que da lugar a la correspondiente tabla de frecuencias observadas.

Tabla N° 14

Pregunta # 1: ¿Sabe Ud. si el Centro Educativo “Albert Einstein” cuenta con una página Web o un sitio Web?			
Pregunta #3: Considera Usted que la información del sitio web ayudará a promocionar a la institución			
	SI	NO	TOTAL
SI	0	49	49
NO	0	28	28
TOTAL	0	77	77

Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

4.4.3 Frecuencias esperadas

Para obtener los valores de las frecuencias esperadas se asumen el de la muestra de acuerdo a la teoría de las probabilidades, este valor es obtenido al multiplicar el

total de las frecuencias observadas (77) por el 25% el cual es obtenido al dividir el porcentaje total 100% para las alternativas posibles (4), que resultan de combinar las dos opciones de respuesta de las dos preguntas.

Porcentaje total	100	%
Alternativas posibles	4	
Porcentaje para asumir	25	%

$$77 * 0,25 = 19,25$$

4.4.4 Modelo lógico

H₀= El Sitio Web NO mejorará la difusión y promoción del Centro Educativo “Albert Einstein” ubicado en la parroquia Ciudad Nueva del cantón Píllaro Provincia de Tungurahua

H₁= El Sitio Web SI mejorará la difusión y promoción del Centro Educativo “Albert Einstein” ubicado en la parroquia Ciudad Nueva del cantón Píllaro Provincia de Tungurahua

4.4.5 Nivel de Significación

El nivel de significación con el que se trabaja es del 5%

4.4.6 Grados de Libertad

Para determinar los grados de libertad se utiliza la siguiente formula.

$$GL = (f-1) (c-1)$$

$$GL = (2-1) (2-1)$$

$$GL = (1) (1)$$

$$GL = 1$$

4.4.7 Chi – cuadrado de Tablas

A continuación se observa la tabla de verificación del Chi-cuadrado.

Región de Aceptación y Rechazo

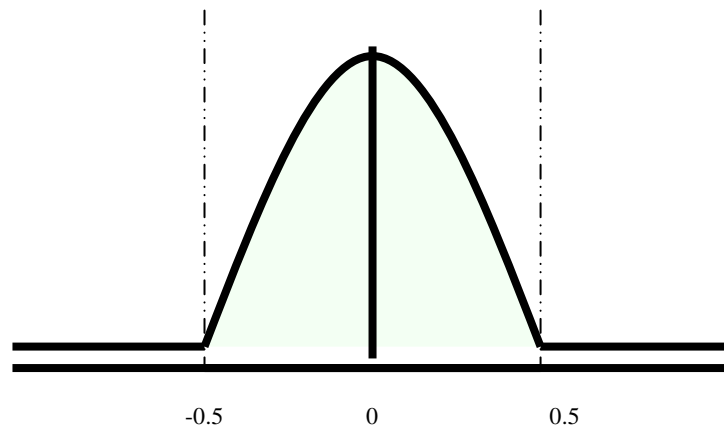


Gráfico 18

Fuente: <http://excelforo.blogspot.com/2011/06/como-construir-en-excel-tablas.html>

Grados libertad	Probabilidad de un valor superior - Alfa (α)				
	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
1	2,71	3,84	5,02	6,63	7,88
2	4,61	5,99	7,38	9,21	10,60
3	6,25	7,81	9,35	11,34	12,84
4	7,78	9,49	11,14	13,28	14,86
5	9,24	11,07	12,83	15,09	16,75
6	10,64	12,59	14,45	16,81	18,55

Fuente: http://www.wiphala.net/research/manual/statistic/chi_cuadrado.html

Tomando en cuenta el nivel de significación que es del 5% y analizando el grado de libertad que es 1, se procede a tomar el valor de 3.84 como el valor de referencia para la regla de decisión.

4.4.8 Chi-cuadrado Calculado

A continuación, se describe las formulas utilizadas para el cálculo del Chi-cuadrado:

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

En donde:

X^2 = Chi-cuadrado

Σ = Sumatoria

O = Frecuencias observadas

E = Frecuencias esperadas o teóricas

Grado de significación $\alpha = 0.05$

O-E = Frecuencia observada – frecuencia esperada

O-E² = Resultado de las frecuencias observadas y esperadas al cuadrado

O-E²/E = Resultado de las frecuencias observadas y esperadas al cuadrado dividido para las frecuencias esperadas.

Tabla N° 15

O	E	O-E	(O-E)²	(O-E)²/E
0	19,25	-19,25	370,56	19,25
49	19,25	29,75	885,06	45,98
0	19,25	-19,25	370,56	19,25
28	19,25	8,75	76,56	3,98
TOTAL				88,45

Elaborado por: Ing. Jenny Pujos

4.4.9 Regla de decisión

Si $X^2_c > X^2_t$ se acepta la hipótesis nula.

Como $X^2_c = 88,45 > X^2_t = 3,84$, se rechaza la H_0 y se acepta la hipótesis de investigación que determina: “El Sitio Web SI mejorará la difusión y promoción del Centro Educativo “Albert Einstein” ubicado en la parroquia Ciudad Nueva del cantón Píllaro Provincia de Tungurahua”

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Tanto las autoridades, padres de familia y estudiantes, desconocen de la existencia de un sitio web para promocionar y difundir información relevante del Centro Educativo.
- Todas las personas que han sido involucradas en esta investigación están de acuerdo que se implemente un Sitio Web para promocionar a la institución.
- El Sitio web deberían ser acordes a las necesidades de las autoridades y fundamentalmente a los requerimientos de la institución.
- El sitio web mejorará significativamente la promoción institucional y las condiciones que brinda la institución.
- El plan de evaluación periódica se realizara permanentemente para mejorar los servicios que se ofrecen desde el sitio con relación a la realidad del Centro Educativo.

5.2 Recomendaciones

- Implementar el Sitio Web para la promoción y difusión de información del Centro Educativo.
- Promocionar la dirección electrónica del sitio web www.alberteinstein.ec en un ámbito cantonal, provincial, nacional e internacional.
- Buscar información sobre programas que ayuden a mejorar el sitio Web para la promoción institucional.
- Involucramiento directo de las autoridades para mejorar el contenido del sitio de acuerdo a las distintas necesidades que tenga la institución.
- Evaluar periódicamente al Sitio Web.

CAPITULO VI

PROPUESTA

TEMA:

“SITIO WEB PARA DIFUNDIR Y PROMOCIONAR EL CENTRO EDUCATIVO “ALBERT EINSTEIN” UBICADO EN LA PARROQUIA CIUDAD NUEVA DEL CANTÓN PÍLLARO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

6.11 Datos informativos

Nombre: Centro Educativo “Albert Einstein”

Dirección: Parroquia Ciudad nueva del Píllaro Provincia de Tungurahua

Beneficiarios: Autoridades, Profesores y Alumnos

Tiempo estimado para la ejecución: 6 meses

Inicio: Septiembre 2011

Finalizar: Marzo 2012

Investigador: Ing. Jenny Pujos

6.12 Antecedentes de la propuesta

El desarrollo e implementación de un sitio web para difundir y promocionar al centro educativo “Albert Einstein” ubicado en la parroquia ciudad nueva del cantón Píllaro provincia de Tungurahua es factible, ya que durante el transcurso del tiempo, la mencionada institución no han recibido, ninguna propuesta con respecto al tema.

Con la presente investigación como es el Sitio Web de difusión y promoción se verá beneficiada a nivel Cantonal por la apertura que se da a conocer el Centro Educativo, Provincial será reconocida con las demás instituciones que tengan sitio Web, Nacional e Internacional por medio de la Web, ya que la sociedad tendrá acceso a una información detallada acerca del perfil profesional, la oferta académica y los servicios que presta dicha Institución.

6.13 Justificación

Luego de realizar un análisis de la situación actual de la Institución he concluido que no cuenta con recursos necesarios para la realización del sitio web y su respectivo funcionamiento en el Internet, por lo que es necesario optimizar de mejor manera los recursos informáticos.

El Centro Educativo se verá beneficiada ya que al diseñar el sitio web se promocionará su educación, a nivel Nacional, Cantonal, Provincial e incluso Internacional por medio del Internet.

Con el Sitio Web la institución dará a conocer a la sociedad el perfil profesional, la oferta académica, y matriculas para el respectivo año lectivo, la Institución también ofrece ciertos servicios como son laboratorio de cómputo e inglés, cuenta también con sala de espera para la atención a padres de familia.

6.14 Objetivos

6.14.1 General

Desarrollar e implementar un sitio web para la difusión y promoción del Centro Educativo “Albert Einstein” ubicado en la parroquia ciudad nueva del cantón Píllaro provincia de Tungurahua”

6.14.2 Específicos

- Proveer una interfaz amigable y segura que permita estructurar la información del sitio web.
- Desarrollar el sitio web utilizando herramientas tecnológicas basadas en Cms.
- Utilizar la metodología jerárquica para el desarrollo del sitio web.
- Incorporar al sitio web la técnica SEO2 así como recursos de la web 2.0

6.15 Análisis de factibilidad

TECNICA

La propuesta es factible a desarrollar por cuanto se conoce de las herramientas a utilizar, se dispone de los equipos materiales necesarios.

OPERATIVA

Debido a que la propuesta va a beneficiar a la Institución con el incremento de alumnos y el acceso a la información detallada, la institución está dispuesta asumir la responsabilidad de mantener en funcionamiento el sitio y con la información actualizada para lo que se cuenta con la colaboración del docente de computación.

ECONOMICA

Desde el punto de vista económico la propuesta si es factible ya que los costos iniciales fueron cubiertos por la investigadora y una parte el Centro educativo: Hosting, Dominio y los costos de mantenimiento los asumirá la institución.

6.16 Fundamentación

Las herramientas que se utilizaron para la creación del sitio web son las siguientes

HOSTING

La palabra hosting viene del inglés y significa alojamiento. Es el término con el que se conocen los sitios donde normalmente se aloja una página web. No obstante normalmente los hostings también ofrecen servicios de correo electrónico, bases de datos, ftps y demás.

La mayoría de los **servicios de hosting** ofrecen conexiones que para una persona individual resultarían muy costosas. Usar un servicio de hosting permite que muchas compañías compartan el coste de una conexión rápida a Internet para el acceso a los archivos de sus sitios web.

Servicios de hosting

Hay una amplia variedad de servicios de hosting. El más básico es el **hosting de archivos (alojamiento web u hospedaje web)**, donde se pueden alojar las páginas de los sitios web y otros archivos vía ftp o una interfaz web. Los archivos se muestran en la web tal cual o sin mucho procesado. Muchos proveedores de Internet ofrecen este servicio de forma gratuita a sus clientes. El alojamiento web es normalmente gratuito, patrocinado por anunciantes, o barato.

Normalmente el alojamiento web sólo es suficiente para páginas web personales. Un sitio web complejo necesita un paquete más avanzado que proporcione soporte para **bases de datos** y plataformas de desarrollo de **aplicaciones** (Ej. PHP, Java, y ASP. NET). Estas permiten que los clientes escriban o instalen scripts para aplicaciones como foros y formularios. Para el comercio electrónico también se requiere SSL.

El proveedor de hosting puede también proporcionar un **interfaz** web (Ej. panel de control) para manejar el servidor web e instalar los scripts así como otros servicios como e-mail.

Tipos de hosting

El hosting se puede dividir en varios tipos generales:

- **Hosting gratuito:** el hosting gratuito es extremadamente limitado comparado al hosting de pago. Los proveedores de alojamiento gratuito normalmente requieren sus propios anuncios en el sitio alojado de forma gratuita y tienen límites muy grandes de espacio y de tráfico.
- **Hosting de imágenes:** alojando solamente algunos formatos de imágenes. Este tipo de alojamiento normalmente es gratuito y la mayoría requieren que el usuario se registre. La mayoría de los proveedores de alojamiento de imágenes permiten el hotlinking, de modo que el usuario pueda subir imágenes al servidor del proveedor para ahorrar espacio y ancho de banda.
- **Hosting compartido:** el alojamiento compartido es cuando un mismo servidor aloja a varios cientos de sitios web de clientes distintos. Un problema en uno de los sitios en el servidor puede traer abajo al resto de los sitios. El hosting compartido también tiene algunas restricciones con respecto a qué se puede hacer exactamente, aunque estas restricciones no son en ninguna manera tan restrictivas como en el hosting gratuito.
- **Hosting dedicado:** Con el alojamiento dedicado, uno consigue un servidor sólo para él. No tienen ninguna restricción, a excepción de las diseñadas para mantener la integridad del proveedor (por ejemplo, prohibiendo sitios con contenido para adultos debido al riesgo del aumento de ataques por los hackers y las cuestiones legales). A menos que se pague una tarifa a parte al proveedor, el usuario tiene que hacerlo todo por sí mismo. Esto puede ser costoso, pues la contratación del servidor dedicado en sí es generalmente más costosa comparada al alojamiento compartido.

Tabla de costos de Servidores Virtuales

	VPS-1	VPS-2	VPS-3
Espacio de Almacenamiento	10 GB	20 GB	30 GB
Transferencia Mensual	100 GB	150 GB	300 GB
Memoria Garantizada	256 MB	350 MB	512 MB
Ips Incluidas	1	2	2
Sistema Operativo	CentOS, Debian Ubuntu	CentOS, Debian Ubuntu	CentOS, Debian Ubuntu
Panel de Control Cpanel -WHM	Incluido	Incluido	Incluido
Precios en Dólares Americanos			
Precio Mensual Dólares Americanos	US\$ 49.00	US\$ 79.00	US\$ 99.00

Grafico 19

Fuente: <http://www.arsys.es/hosting/hosting-comparativa.html>

Dominios

Técnicamente, **un dominio es una dirección nemotécnica o alias de internet**. Esta dirección, es la "traducción" a caracteres alfanuméricos de una IP (Internet Protocol), que en realidad es lo que entienden los routers de internet. Una IP está compuesta por 4 series de números y permite que nuestro dominio sea identificado para poder llegar a alcanzar determinada información.

En términos sencillos, un dominio es una dirección en Internet, que permitirá que fácilmente cualquier usuario de la red localice nuestra página web o nos escriba un correo electrónico sin necesidad de tener que recordar una serie de 4 números (IP).

Por ejemplo, es mucho más sencillo recordar esta web como guía webmaster.com (dominio), que a través de 62.129.173.163 (IP).

Uno de los aspectos más relevantes de los dominios es que son únicos. Es decir, es completamente imposible que dos personas, empresas u organizaciones tengan simultáneamente el mismo nombre de dominio en Internet, de forma que el dominio se convierte en una auténtica seña de identidad en la red.

Tabla de costos de dominios

Registro/Traslado de Dominio por Tipo de dominio	Precio sin IVA	Precio con IVA
.com .es .net .org .info .biz .us .name .tk .eu .ws	15 €	17.7 €
.com.es .org.es .nom.es	5 €	5.9 €
.asia .cc .mobi .tel	25 €	29.5 €
.tv .cn .cat	40 €	47.2 €

Grafico 20

Fuente: <http://www.dominios-web.com/hospedaje/45/precios-servicio-hosting-dominios/>

Software libre

Software Libre se refiere a la libertad de los usuarios para ejecutar, copiar, distribuir, estudiar, cambiar y mejorar el software. De modo más preciso, se refiere a cuatro libertades de los usuarios del software:

- La libertad de usar el programa, con cualquier propósito (**libertad 0**).
- La libertad de estudiar cómo funciona el programa, y adaptarlo a tus necesidades (**libertad 1**). El acceso al código fuente es una condición previa para esto.
- La libertad de distribuir copias, con lo que puedes ayudar a tu vecino (**libertad 2**).
- La libertad de mejorar el programa y hacer públicas las mejoras a los demás, de modo que toda la comunidad se beneficie. (**libertad 3**). El acceso al código fuente es un requisito previo para esto.

Un programa es software libre si los usuarios tienen todas estas libertades. Así pues, deberías tener la libertad de distribuir copias, sea con o sin modificaciones, sea gratis o cobrando una cantidad por la distribución, a cualquiera y a cualquier

lugar. El ser libre de hacer esto significa (entre otras cosas) que no tienes que pedir o pagar permisos.

La libertad para usar un programa significa la libertad para cualquier persona u organización de usarlo en cualquier tipo de sistema informático, para cualquier clase de trabajo, y sin tener obligación de comunicárselo al desarrollador o a alguna otra entidad específica.

Gestor de contenidos o Cms

Un Sistema de gestión de contenidos (Content Management System, en inglés, abreviado **CMS**) permite la creación y administración de contenidos principalmente en páginas web.

Consiste en una interfaz que controla una o varias bases de datos donde se aloja el contenido del sitio. El sistema permite manejar de manera independiente el contenido y el diseño. Así, es posible manejar el contenido y darle en cualquier momento un diseño distinto al sitio sin tener que darle formato al contenido de nuevo, además de permitir la fácil y controlada publicación en el sitio a varios editores. Un ejemplo clásico es el de editores que cargan el contenido al sistema y otro de Centro Educativo “Albert Einstein” que permite que estos contenidos sean visibles a todo público

WORDPRESS

Este software de licencia Open Source es simplemente impresionante. En muy pocos pasos y con escasos conocimientos de programación podemos tener funcionando un blog gracias a WordPress

La decisión de utilizar [WordPress](#) se basa en diversas pruebas y en la comparación de sus características con la de otras plataformas de gestión de contenidos o de *blogging*. He probado varias aplicaciones y, por supuesto, WordPress. En una serie de artículos compartiré el proceso de aprendizaje, y

algunos trucos y descubrimientos útiles. Probar un sistema de gestión de contenidos (CMS) es muy sencillo.

Comparativa con otros CMS

La combinación de características de WordPress lo hace único. Claro que no existe el sistema perfecto, pero atendiendo a las prestaciones que ofrece cada CMS y su complejidad, creo que este sistema, que acaba de llegar recientemente a su quinto aniversario, es ideal para mí, y obviamente para miles de usuarios más, si atendemos a su enorme popularidad.

En particular, WordPress destaca por los siguientes aspectos.

Instalación

La famosa *instalación en cinco minutos* de WordPress no es ningún mito. Si tienes claro el proceso, los cinco minutos incluso pueden incluir el tiempo de descargar y transferir los archivos de WordPress y ponerlo en marcha para crear tu primer post. Tanto la instalación en local o en un servidor remoto son parecidas.

Facilidad de uso

WordPress destaca por ser muy intuitivo en su uso. Si bien ofrece un control completo de muchísimos aspectos y detalles, si uno simplemente quiere escribir artículos y no complicarse demasiado, también puede optar por un uso simplificado y fácil.

Las diferentes secciones para configurar tu blog son intuitivas y están bien organizadas, y la manera en que escribes los posts y páginas es agradable y funcional. Dispones de un editor visual incorporado (tinyMCE), pero, por supuesto, también es posible editar en modo código.

Gestión de usuarios

WordPress permite administrar usuarios del blog que pertenezcan a diferentes niveles de acceso y control. Desde el nivel más bajo, que permite sólo consultar las entradas, a los administradores, que tienen amplias facultades para gestionar el blog, pasando por editores supervisados, cuyos artículos no se publican sin la aprobación de un usuario de Centro Educativo “Albert Einstein”. Tienes un total de **10 niveles de usuario**, correspondiendo el 10 al administrador propietario del blog.

Interacción con los visitantes

Dispones de entrada de comentarios fácil por parte de los visitantes (con fácil control de comentarios basura o spam mediante plugins como Akismet o Spam Karma). Introducir un formulario de contacto también es muy fácil. También puedes incluir una herramienta avanzada y potente de búsqueda de artículos en todo el sitio.

Flexibilidad en la estructura del sitio

Dispones de páginas de contenido más o menos estático (aunque sus paneles literales recogen la información dinámica y cambiante del resto del blog, si así lo deseas). Puedes utilizar plantillas de página sin ninguna limitación. Las páginas pueden organizarse en secciones lógicas, con páginas y subpáginas, de forma jerárquica. Los artículos o *posts* se pueden asignar a categorías y subcategorías, y además también se pueden asignar etiquetas a cada artículo.

De este modo los usuarios podrán buscar tanto por categorías (idealmente en un número relativamente limitado) *otags* (tantas como se desee). La página de entrada puede ser tanto una página estática como una página típica de blog, con la lista de las entradas más recientes.

Añadir o quitar componentes mediante *widgets*

Los elementos que forman parte de los paneles de WordPress, en esta última versión, se pueden configurar uno a uno y recolocar mediante componentes

(**widgets**) que se reordenan, añaden o eliminan con una operación de arrastrar y soltar en la presentación de las plantillas, un sistema similar al que tienes en el servicio gratuito Blogger.

Extensibilidad mediante plugins

La funcionalidad básica de WordPress ya es muy satisfactoria, pero además puedes extender su capacidad de diferentes maneras mediante plugins, normalmente gratuitos. Existe una variedad enorme de extensiones de este tipo, de manera que puedes adaptarlo exactamente a tus necesidades. Instalar un plugin normalmente exige sólo el colocar su correspondiente carpeta en un directorio específico de la instalación de WordPress (wp_content/plugins).



Grafico 21

Fuente: <http://vectoralia.com/wordpress-para-gestionar-una-web/>

En la sección de plugins de WordPress.org tienes centenares de plugins clasificados y descritos, con enlace a sus desarrolladores, para que puedas conocer todos los detalles de su uso (aunque algunos son muy fáciles de usar, otros tienen una cierta complejidad.)

Personalización del diseño con los temas o themes



Grafico 22

Fuente: <http://vectoralia.com/wordpress-para-gestionar-una-web/>

Las plantillas de tu blog se gestionan a diferentes niveles. Por un lado están las hojas de estilo CSS que puedes retocar a tu gusto. Por otra parte tienes una serie de archivos de plantilla que constituyen el *tema* o **Theme** de WordPress. Hay temas para todos los gustos, muchos gratuitos, otros comerciales. Instalarlos, nuevamente, es la sencillez misma: colocar su carpeta dentro de wp_content/themes. El Themeviewer de WordPress te permite buscar temas que tengan las características que tú desees, y probarlos en una instalación test.

Soporte y actualización

Sin duda otro aspecto que pesa mucho a la hora de decantarse por WordPress es el extraordinario soporte que supone una gran comunidad de usuarios. La documentación disponible es excelente, encontrarás numerosos sitios monográficos, innumerables artículos dedicados a diferentes aspectos de su uso, archivos de temas y plugins. Los demás sistemas, aun siendo excelentes en muchos aspectos, están muy lejos de la enorme cantidad de recursos sobre WordPress que existen.

6.17 Metodología

Con objeto de realizar un diseño eficaz basado en Web, se deberá trabajar reutilizando los elementos técnicos:

Principios y métodos de diseño. Es importante destacar que los conceptos y principios del diseño se aplican a todas las WebApps. La modularidad eficaz (exhibida con una cohesión alta y con un acoplamiento bajo), la elaboración paso a paso, y cualquier otra heurística de diseño del software conducirá a sistemas y aplicaciones basados en Web más fáciles de adaptar, mejorar, probar y utilizar. Cuando se crean aplicaciones Web se pueden reutilizar los métodos de diseño que se utilizan para los sistemas orientados a objetos.

Plantillas.

Las plantillas se pueden utilizar para proporcionar un marco de trabajo esquemático de cualquier configuración de diseño o documento a utilizar dentro de una WebApp. Nanard y Kahn describen este elemento de diseño reutilizable de la siguiente manera:

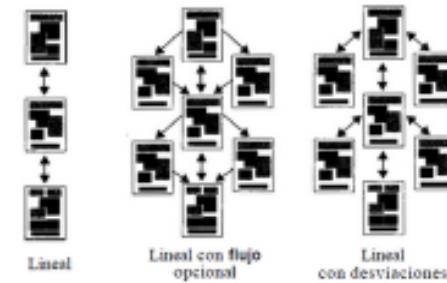


FIGURA 29.3. Estructuras lineales.

Grafico 23

Fuente: <http://aurarivera4.blogspot.com/2010/12/disenio-para-aplicaciones-basadas-en-web.html>

Una vez que se ha especificado una plantilla, cualquier parte de una estructura hipermedia que se acopla a esta plantilla se podrá generar o actualizar automáticamente llamando solamente a la plantilla con datos relevantes [para dar cuerpo al esquema]. La utilización de plantillas constructivas depende implícitamente del contenido separado de los documentos hipermedia, de la especificación y de su presentación: los datos fuente se organizan en la estructura del hipertexto tal y como se especifica en la plantilla.

Diseño arquitectónico.

El diseño arquitectónico para los sistemas y aplicaciones basados en Web se centra en la definición de la estructura global hipermedia para la WebApp, y en la aplicación de las configuraciones de diseño y plantillas constructivas para popularizar la estructura (y lograr la reutilización). Una actividad paralela, llamada diseño del contenido⁶, deriva la estructura y el formato detallados del contenido de la información que se presentará como parte de la WebApp.

Estructura reticular.

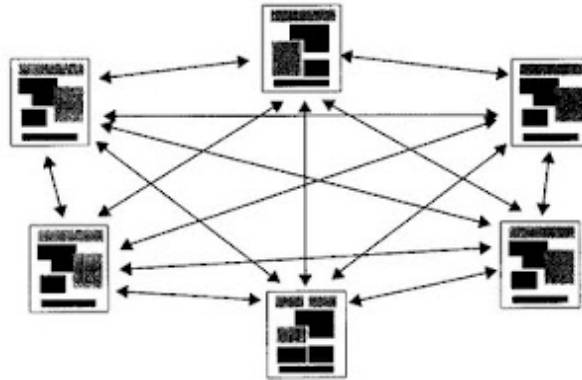


Grafico 24

Fuente: <http://aurarivera4.blogspot.com/2010/12/disenio-para-aplicaciones-basadas-en-web.html>

Las estructuras rectangulares (Grafico 23) son una opción arquitectónica que puede aplicarse cuando el contenido de la WebApp puede ser organizado categóricamente en dos dimensiones (o más).

Un usuario pueda navegar por la retícula horizontalmente para encontrar la columna, examinar las ofertas proporcionadas por los vendedores. Esta arquitectura WebApp es de utilidad solo cuando se encuentra un contenido muy regular.

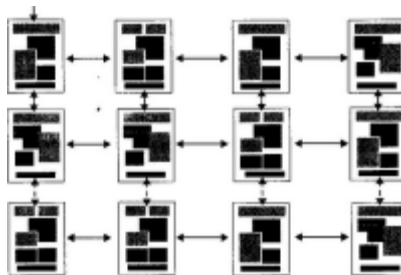


Grafico 25

Fuente: <http://aurarivera4.blogspot.com/2010/12/disenio-para-aplicaciones-basadas-en-web.html>

Las estructuras jerárquicas (Grafico 24) son sin duda la arquitectura WebApp más común. A diferencia de la división de jerarquías de software, que fomentan el flujo de control solo a lo largo de las ramas verticales de la jerarquía, se podrá diseñar una estructura jerárquica de la WebApp para posibilitar (por medio de la ramificación de hipertexto) el flujo de control en horizontal atravesando las ramas verticales de la estructura. Por tanto, el contenido presentado en la rama del extremo izquierdo de la jerarquía puede tener enlaces de hipertexto que lleven al

contenido que existe en medio de la rama derecha de la estructura. Sin embargo, debería de destacarse que aunque dicha rama permita una navegación rápida por el contenido de la WebApp, puede originar también confusión por parte del usuario.

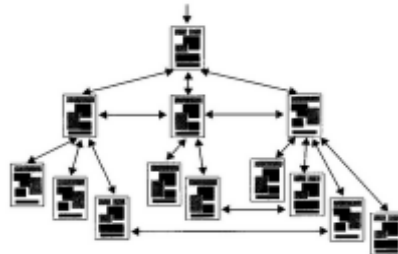


Grafico 26

Fuente: <http://aurarivera4.blogspot.com/2010/12/disenio-para-aplicaciones-basadas-en-web.html>

Estructuras jerárquicas.

Una estructura en red o de «web pura» (Grafico 25) se asemeja en muchos aspectos a la arquitectura en evolución para los sistemas orientados a objetos. Los componentes arquitectónicos (en este caso las páginas Web) se diseñan de forma que pueden pasar el control (mediante enlaces de hipertexto) a otros componentes del sistema. Este enfoque permite una flexibilidad de navegación considerable, aun cuando puede resultar confuso para el usuario.

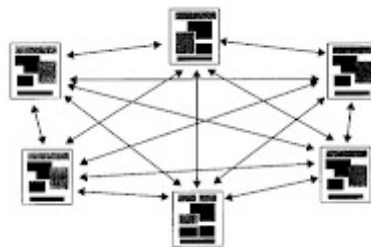


Grafico 27

Fuente: <http://aurarivera4.blogspot.com/2010/12/disenio-para-aplicaciones-basadas-en-web.html>

Estructura en red o (cweb pura)).

Las estructuras arquitectónicas estudiadas en los párrafos anteriores se pueden combinar para formar estructuras compuestas. La arquitectura global de una

WebApp puede ser jerárquica, pero parte de la estructura puede exhibir características lineales, mientras que otra parte de la arquitectura puede confeccionarse en red. La meta del diseñador arquitectónico es hacer corresponder la estructura de la WebApp con el contenido que se va a presentar y con el procesamiento que se va a llevar a cabo.

Para la construcción de la propuesta se aplico la metodología web en el modelo operativo de la estructura jerárquica como se describe a continuación:

ELECCIÓN DEL TIPO DE WEB

Lo primero que se hizo fue elegir qué tipo de web que se iba a crear, desde el punto de partida fue investigar la creación de un tipo de sitio web para un centro educativo por lo cual este no contaba con un sitio de navegabilidad que le de credibilidad institucional dentro y fuera del cantón, por lo tanto se selecciono un sitio web de información educativa.

PANTALLA INICIAL



Grafico 28
Fuente: Ing. Jenny Pujos

Los temas que se detallarán en el sitio Web, permitirán dar a conocer lo nuevo del Centro Educativo “Albert Einstein” la dirección es <http://www.alberteinstein.ec> como se cita a continuación:

Información general

- **Datos informativos:** aquí encontraremos los datos informativos con los que cuenta la Institución

Datos Informativos	
 Editar	
UBICACIÓN	
Provincia	Tungurahua
Cantón	Pillaro
Parroquia	Ciudad Nueva
Calle	La Tranquilla y Avenida Rumiñahui
Teléfono	032873-680 albert.einstein_pillaro@yahoo.com
Régimen	Sierra
Sostenimiento	Particular
Zona	Urbana
Jornada	Matutina
Sexo	Mixto
Alumnos	215
Docentes de Año	10
Docentes Especiales	4
Personal de Servicio	1
Personal Administrativo	1

- **Misión y Visión:** con la que cuenta la institución

Misión y Visión

 Editar

MISIÓN

El Centro Educativo "Albert Einstein" brinda una educación personalizada acorde a los cambios técnicos y científicos que contribuyen la formación educativa, a través del modelo constructivista social, que nos permita desarrollar entes analíticos, reflexivos, críticos y útiles para nuestra sociedad.

VISIÓN

Nuestra institución tiene el afán de servir a la comunidad con personal directivo, docente, administrativo y de servicio, óptimamente capacitado para el desempeño de sus funciones con los adelantos científicos y tecnológicos, siendo una institución diferente a las demás en la formación biopsicosocial de los educandos.

- **Reseña Histórica:** Una pequeña historia de la creación de la institución

Reseña Histórica

 Editar

BREVE RESEÑA HISTORICA

El Centro Educativo se honra en llevar el nombre del Científico Alemán Albert Einstein.

Un grupo de dinámicos, entusiastas y amantes al adelanto cultural del Cantón Píllaro, se unen monolíticamente para en forma mancomunada trabajar por el adelanto de la educación de esta tierra, entre los principales tenemos: Miriam Navas, Patricia Campaña, Roberto Moreno, Carmen Vilmonte, Dr. Cesar Alban, quienes resuelven crear una institución Educativa Particular, la misma que inicia su vida en el mes de Septiembre del año mil novecientos noventa y nueve, con el nombre de Albert Einstein, previo el acuerdo ministerial de funcionamiento, firmado por el Lic. Raúl Calderón Cortes Director Provincial de Educación de Tungurahua, con fecha seis de Agosto de 1999.

Primera Directora, fue la distinguida educadora Sra. Edith de Moreno, y Directora Pedagógica la Lcda. Laura Janneth Grijalva Paredes,

Segunda Directora fue la Lic. Shirley Miranda,

Tercer Director fue el prestigioso y reconocido Lic. Lauro Gómez quien aportó con valioso conocimiento,


Cuarta Directora fue la Lic. Silvia Vásquez persona entusiasta, colaboradora y solidaria,

Quinta Directora fue la Dra. María Pérez, y

Sexto Director asume la Dirección el M.S.c. Galo Velastegui, desde el período 2008 – 2009, la institución ha ido creciendo gradualmente tanto en alumnos como en profesores, hasta llegar, en el presente año lectivo, a contar con siete grados, 14 profesores y Doscientos quince niños.

- **Autoridades:** Se presenta a las destacadas autoridades de la institución

Autoridades

 Editar



Lic. M.S.c Galo Velastegui

- **Maestros:** Toda la planta docente de la institución.

Maestros


 Editar



Actividades

- **Cultura y Arte:** En la que contaremos con el esfuerzo realizado de una actividad dentro de la institución.

Cultura y Arte

 Editar



- **Deportes:** Es un técnica de los futuros deportistas.



- **Intercambios:** Podrán compartir encuentros institucionales en diferentes aéreas de estudio.



Perfil

- **Institucional:** Se identificara el perfil con la que cuenta dicha institución

PERFIL INSTITUCIONAL



La institución educativa identificará sus principios con los intereses y necesidades locales, provinciales y nacionales.

Valorará en alto grado el aprendizaje organizacional mismo que se constituirá en significativo y funcional y se ejecutará dentro de un marco conceptual basado en el pensamiento constructivista social.

Aplicará normas de mejoramiento continuo a nivel de todos los miembros que conforman la comunidad educativa.

Cumplirá con lo establecido en la Constitución Política de la República del Ecuador, el Código de la Niñez y Adolescencia, de la Ley Orgánica y Reglamento de Educación.

- **Maestros:** Se identificara el perfil de los maestros que laboran en la institución.

PERFIL DE LOS DOCENTE



‣ Guiar el aula con autonomía y ética profesional

‣ Implementar diariamente una manifiesta predisposición a la innovación y capacitación.

‣ Educar y orientar integralmente a todos sus estudiantes.

‣ Demostrar de manera continua actitudes de trabajo en equipo.

- **Estudiantes:** Se identificara el perfil con la que saldan los futuros estudiantes.

PERFIL DE LOS ESTUDIANTES



- › **Mostrar altas competencias en cálculo matemático y resolución de problemas de las diferentes áreas.**
- › **Utilizar adecuadamente el lenguaje oral y escrito.**
- › **Manejar el inglés a nivel básico**
- › **Practicar las buenas costumbres, hábitos de orden, respeto a sí misma y al entorno ecológico.**
- › **Ser poseedor de un pensamiento lógico y reflexivo**

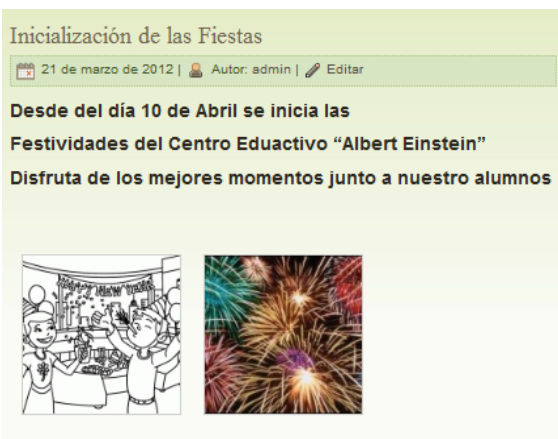
Galería

- Se encontrará un collage de imágenes



Noticias

- Encontraremos las noticias más destacadas que ocurre en el Centro Educativo



Contáctenos

- En este vínculo podrás enviarnos tus sugerencias e inquietudes para mejorar al Centro Educativo.



Formulario de contacto con el título "Contactenos". Incluye un botón "Editar", instrucciones para enviar sugerencias e inquietudes, un recordatorio de ser claro y concreto, y campos para "Tu nombre (requerido)", "Tu Email (requerido)", "Asunto" y "Tu Mensaje". Un botón "Enviar" está ubicado al final.

Parte lateral izquierda tenemos:

Redes sociales

- Facebook
- Twitter
- Google plus
- Email



Ranking de redes sociales



Rank Redes Sociales		
Facebook		0
Followers		0
Google +1		0

Publicidad



Parte lateral derecha tenemos:

Calendario

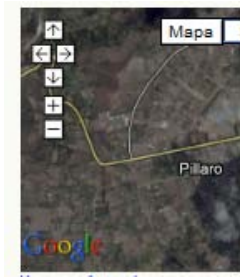


Sitio de interés

- Inec
- Ministerio de Educación
- Senescyt
- Senplades



Mapa de ubicación



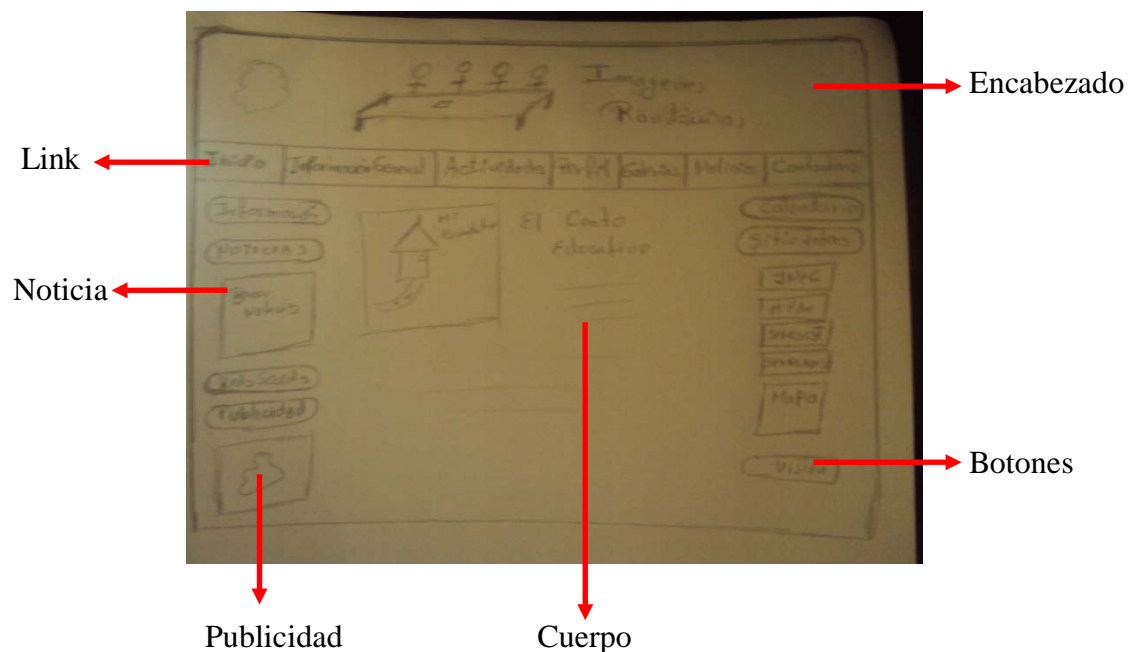
Visitas

- Un total de visitantes



DEFINICIÓN DEL DISEÑO

De acuerdo al del tipo de Web informativa institucional, la temática seleccionada, los objetivos planteados y la escalabilidad definida, estamos preparados para definir sobre papel el diseño de la Web, incluyendo los fondos, tipos de letras, botones, formularios, links, plantillas, aplicaciones de tal forma que obtengamos "storyboard "de los elementos y diseño que queremos implementar en nuestro sitio Web.



PRODUCCIÓN

DISEÑO VISUAL E INFORMACIÓN A IMPLEMENTAR

En esta instancia se detallara de las partes que consta el sitio Web como se detalla a continuación:

Encabezado: Las imágenes que están en esta parte son randómicas y con destellos esto se irá mejorando de acuerdo a las necesidades de la institución.



Botones: que se enlacen a nuevas instancias del sitio Web

Sitios de interés

Información: las misma que estará encargada de dar un realcé al sitio Web.

El Centro Educativo "Albert Einstein" es una institución Particular la misma que está encargada de brindar una educación de calidad, integral, multidisciplinaria e individualizada,

APLICACIONES

Redes sociales: en las cuales nos permitirá conocer a grupo de personas que estén conectadas por uno o varios tipos de relación, tales como amistad, parentesco o intereses comunes.

Redes Sociales



Publicidad: encontraremos lugares turísticos e instituciones que se den a conocer a nivel provincial.



Mapa de ubicación: permitirá llegar al lugar específico.



POSICIONAMIENTO

Es este punto donde se ha de implementar una metodología específica para alcanzar un posicionamiento óptimo, por lo cual se utilizara el Rank de las redes sociales y un contador de visitas.

Rank Redes Sociales		
Facebook		0
Followers		0
Google +1		0

TESTEO

Se realizo las pruebas para comprobar la usabilidad y el correcto funcionamiento de nuestro sitio, en donde se verifico lo siguientes:

- El sitio Web sea navegable en Mozilla Firefox, Internet Explorer, entre otros.

- Las imágenes no se distorsionan en los tipos de monitores.
- Se verificó el tamaño de la fuente y colores que se utilizan en la Web.

MANTENIMIENTO Y EXPLOTACIÓN

AMPLIACIONES Y ACTUALIZACIONES

Es muy importante ofrecer información novedosa que atraiga e idealice a nuestros visitantes, es importante definir una página de noticias donde los visitantes obtengan rápidamente las informaciones y aprecien que el sitio Web se mantiene "vivo".



POSICIONAMIENTO

El arte del posicionamiento es una metodología que requiere un seguimiento para poder posicionarnos y mantenernos en los primeros puestos de los buscadores, gran parte de nuestro éxito depende del número de visitas que reciba la Web.



MARKETING

Realizar una estrategia de marketing para dar a conocer nuestra Web ya puede ser mediante publicaciones en el periódico cantonal, afiches, links de otras instituciones y los alumnos de la institución.

MANTENIMIENTO

Se realizo los cronogramas de tipo mensual para dar el respectivo mantenimiento al sitio web y que esté en funcionamiento durante la vida útil.

Para el mes de **Abril**: se conmemoró el día del Maestro, se inicio las fiestas de creación de la Institución.

En el mes de **Mayo**: Día mundial del las Madres

Durante cada mes se irá incrementando los días festivos y recreacionales.

6.18 Modelo operativo

OBJETIVOS	CONTENIDO	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLES	TIEMPO
<p>OBJETIVO GENERAL.</p> <p>“Desarrollar e implementar un sitio web para la difusión y promoción del Centro Educativo “Albert Einstein” ubicado en la parroquia ciudad nueva del cantón Píllaro provincia de Tungurahua”</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveer una interfaz amigable y segura que permita estructurar la información del sitio web. • Desarrollar el sitio web utilizando herramientas tecnológicas basadas en Cms. • Utilizar la metodología jerárquica para el desarrollo del sitio web. • Incorporar al sitio web la técnica SEO2 así como recursos de la web 2.0 	<p>Herramientas para el diseño del sitio web.</p> <p>Adobe Fireworks CS3</p>	<p>Analizar.</p> <p>Implantar</p> <p>Diseñar</p> <p>Determinar análisis de factibilidad.</p> <p>Buscar información necesaria para el diseño.</p>	<p>Hosting</p> <p>Dominio</p> <p>Software Libre</p> <p>Gestor de Contenidos o Cms</p> <p>Internet.</p>	<p>Autor del proyecto: Ing. Jenny Pujos.</p> <p>Directora del trabajo de investigación: Ing. M.S.c Teresa Freire.</p> <p>Director del Centro Educativo “Albert Einstein”: Lic. M.S.c Galo Velasteguí.</p>	<p>Seis Meses</p> <p>(Septiembre-Marzo)</p>

Tabla 16
Fuente: Ing. Jenny Pujos

FASES	ACTIVIDADES	METAS	RECURSOS	TIEMPO
Socialización	Visita a la institución Diálogos con las autoridades Convocatoria a padres de familia Reflexiones Conclusiones	Recoger ideas y opiniones para la construcción del sitio web	Dinero, internet, cámaras, libros, entrevistas.	2 mes
Planificación	Análisis de recolección de datos Toma de decisiones Construcción de propuesta	Planificar la incorporación de nueva tecnología	Equipo de computo Materiales de oficina	2 mes
Ejecución	Puesta en marcha la propuesta de acuerdo a las fases	Realizar una actividad para promocionar y difundir a la institución	Recursos ofimáticos Servidor Linux Material de oficina	1 meses
Evaluación	Autoevaluación de procesos Revisión del tutor Aprobación Toma de corporativos oportunos	Verificar constantemente si el sitio web esta útil.	Equipo de computo Materiales de oficina	1 mes

Tabla 17
Fuente: Ing. Jenny Pujos

6.19 Administración

El sitio web “<http://www.alberteinstein.ec/>” será utilizado por el profesor de computación y por las autoridades del Centro Educativo “Albert Einstein” para mejorar la difusión de la información y promocionar al mismo.

Por lo que será indispensable socializar la propuesta para que aprendan el correcto manejo técnico de una manera fácil la actualización de la información y la publicación del sitio web.

6.20 Previsión de la evaluación

El sitio deberá ser evaluado permanentemente para verificar su calidad, considerando los siguientes aspectos:

Verificar que el diseño este con todos pasos y no tenga ningún error y este acorde con lo planeado para obtener un diseño correcto al diseñar e implementar el sitio web para la difusión y promoción del centro educativo “Albert Einstein” ubicado en la parroquia ciudad nueva del cantón Píllaro provincia de Tungurahua”

Analizar que la propuesta sea factible y este acorde con las necesidades que tiene el Centro Educativo con el diseño de la página web dicha institución mejorara a nivel educativo ya que por medio de la web se verá promocionado su perfil profesional ya que la sociedad podrá tener acceso a una información detallada.

Comprobar las veces que sean necesarias la ejecución de dicha página y así no tenga ninguna falla en el momento de presentar esta investigación con la cual ayudara a difundir y promocionar a la institución educativa y por ende al Cantón, a la Provincia y este a la altura de las grandes Instituciones.

BIBLIOGRAFIA

Libros

- PAZMIÑO, Ivan. "Metodología de la Investigación Científica". Primera Edición. Octubre 1997. 268 pp.
- Ingeniería de software, sexta edición (2000), Ian Sommerville, México
- DAWN IACOBUCCI, PHILIP KOTLER, (2002), "Marketing según Kellogg, Business & Economics". Sin embargo, el mayor uso del comercio electrónico no se orienta a comprar cámaras o libros en Internet, sino a las relaciones y transacciones de empresa-512 páginas
- Ingeniería del software, Roger S. Pressman, McGrawHill, quinta edición
- "Desarrollo del portal Web del Colegio Nacional Jorge Álvarez" autora Irma Victoria Espín Mendoza Pasantía # 217
- "Portal de Servicios Académicos Orientados a la Educación-Libros virtuales. Caso Practico aplicado a la Facultad de Ingeniería en Sistemas" autores Miniguano Miguel, Pilamunga Efraín Tesis, # 126
- "Creación de Páginas Web para la Universidad Técnica de Ambato" autores David Guevara y Rene Terán, Tesis # 01

Internet

- **Metodología diseño páginas web** , Web and Macros
http://www.webandmacros.com/Diseno_web_metodologia.htm Fecha de consulta: 18-02-2012
- **Diseño para aplicaciones basadas en la web**, blogspot
<http://aurarivera4.blogspot.com/2010/12/disenio-para-aplicaciones-basadas-en-web.html> Fecha de consulta 24-02-2012

- **¿Qué es un hosting?** <http://www.que-hosting.com/hosting/que-es-un-hosting/> Fecha de consulta 01-03-2012
- **Tabla de precios, dominios web,** <http://www.dominios-web.com/hospedaje/45/precios-servicio-hosting-dominios/>, Fecha de consulta 02-03-2012
- **¿Qué es un dominio?**, guía web master, <http://www.guiawebmaster.com/dominios.php>, Fecha de consulta 04-03-2012
- **¿Qué es software libre?**, Hispana Linux, <http://www.hispalinux.es/SoftwareLibre>, Fecha de consulta 04-03-2023
- **¿Qué es un CMS o Gestor de Contenidos?**, software libre tecnologías de la colaboración, <http://www.investig.net/node/90>, Fecha de consulta 05-03-2012
- **WordPress para gestionar una web, Vectoralia,** <http://vectoralia.com/wordpress-para-gestionar-una-web/>, Fecha de consulta 05-03-2012
- **Diseño para aplicaciones basadas en web,** blogspot, <http://aurarivera4.blogspot.com/2010/12/diseño-para-aplicaciones-basadas-en-web.html>, fecha de consulta 06-03-2012
- **Tablas estadísticas, Chi-cuadrado (Ji-cuadrado),** http://www.wiphala.net/research/manual/statistic/chi_cuadrado.html, Fecha de consulta 25-04-2012.

ANEXOS 1

MODELO DE LA ENCUESTA

1. ¿Sabe Ud. si el Centro Educativo “Albert Einstein” cuenta con una página Web o un sitio Web?

SI

NO

2. Si el Centro Educativo “Albert Einstein” contaría con una página o sitio Web ¿Que le gustaría encontrar en ella?

a) Deportes

b) Cultura

c) Logros académicos

d) Fotografías

e) Símbolos

f) Reconocimientos institucionales

3. Considera Usted que la información del sitio web ayudará a promocionar a la institución.

SI

NO

4. ¿Te gustaría publicar las experiencias institucionales a través del sitio web?

SI

NO

5. ¿Conoce Ud. qué ventajas ofrece un sitio web en la institución?

SI

NO

6. ¿Conoces Ud. algunas instituciones que posean páginas web o sitios web a nivel cantonal?

SI

NO

7. ¿Crees Ud. que la información que aparecerá en la página web facilita el proceso de crecimiento de la institución?

SI

NO

8. ¿Cree usted que un sitio web debe estar ajustado a las necesidades de la Institución?

SI

NO

9. ¿Cree usted que el Internet es un medio fundamental para dar a conocer a la Institución?

SI

NO

10. Conoce usted a través de qué medio se divulga el acontecer del Centro Educativo “Albert Einstein”

- a) Tablero mural
- b) Sala de profesores
- c) Carteleras
- d) Radio
- e) Comunicados escritos
- f) Información verbal

ANEXO 2

MANUAL ADMINISTRATIVO

Administrar el sitio Web

Esta guía le permitirá actualizar el sitio Web, su información, agregar nuevos contenidos, editar el menú, etc.

La mejor forma de manejarse con las actualizaciones es abrir en una ventana del navegador su sitio Web público (el que ve todo el mundo), y en otra ventana el panel de administración. Deje en todo momento esas dos ventanas abiertas, de tal manera que a medida que haga cambios en el administrador, pueda maximizar la otra ventana y podrá observar cómo quedan los cambios en el sitio Web.

Ingresando al Panel de Administración

Ingrese en: <http://www.alberteinstein.ec> para la parte de usuario.

Ingrese en: <http://www.alberteinstein.ec/wp-login.php> para la parte administrativa.

A continuación coloque su *nombre de usuario* y *contraseña* para ingresar en el panel administrador.



WORDPRESS

Nombre de usuario
admin

Contraseña
.....

Recuérdame

Si los datos ingresados son correctos, usted será re direccionado al panel principal:



Cómo crear nuevas Entrada y Categorías

Este apartado lo ilustraremos con un ejemplo. Supongamos que usted quiere agregar un sector de "novedades" en su sitio Web, donde periódicamente cargará y publicará información sobre noticias o novedades que surgen en el sector institucional.

Esto puede ser sencillo:

Puede crear una categoría nueva llamada "Novedades" y dentro de ella una entrada llamada "Noticias Generales", donde creará y publicará todas las noticias a medida que vayan surgiendo como se detalla a continuación:

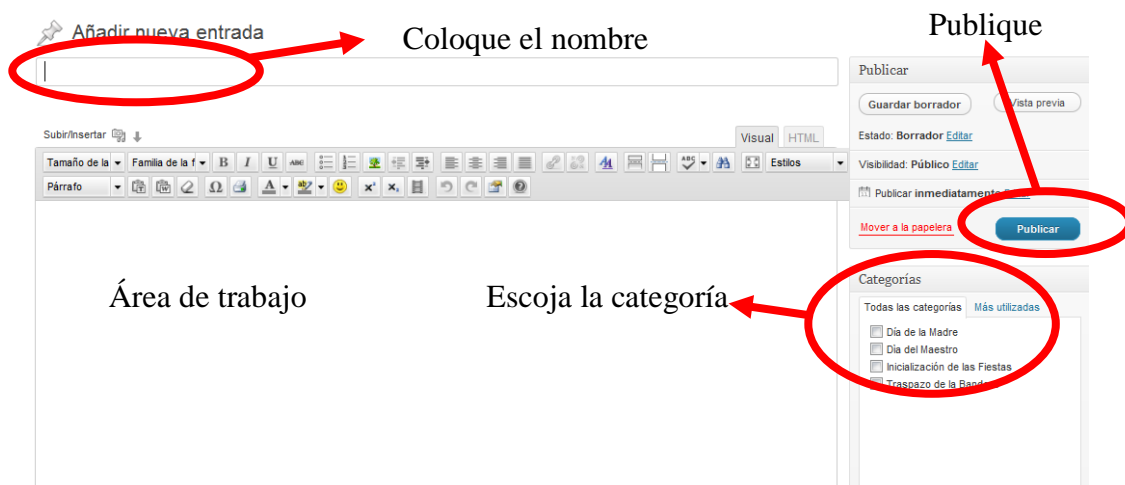
Paso 1: Haga clic en el enlace "**Categorías**" para crear la nueva categoría. A continuación coloque el *Nombre de la Categoría*. Luego de esto, presione el botón "**Añadir nueva categoría**".

The image shows the WordPress 'Categorías' (Categories) management page. On the left sidebar, under 'Entradas', the 'Categorías' link is highlighted with a red arrow and the text 'Clic en Categoría'. The main content area is titled 'Categorías' and contains a form to 'Añadir nueva categoría'. The 'Nombre' field is circled in red, with an arrow pointing to it from the text 'Ingresamos el nombre de la categoría'. The 'Añadir nueva categoría' button at the bottom is also circled in red, with an arrow pointing to it from the text 'Clic en añadir nueva categoría'.

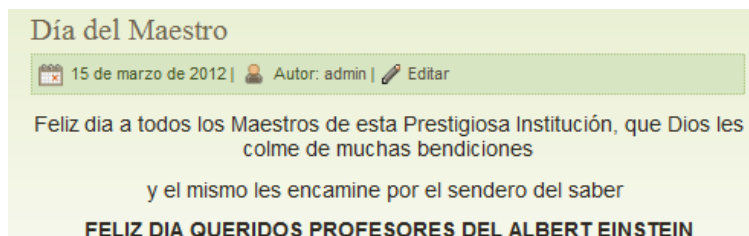
Paso 2 Haga clic en el enlace "**Entradas**", aparecerán todas las entradas que se tengan con anterioridad, para crear la nueva entrada haga clic "**Añadir nueva**".



Paso 3: A continuación coloque el nombre de la nueva entrada, en el área de trabajo va a describir todo lo que se quiere que contenga, luego deberá escoger la categoría y por último deberemos publicar para así ver cómo está quedando la nueva entrada.



Paso 4: Listo ya tendremos nuestra nueva noticia como se muestra a continuación.



Crear nuevas páginas

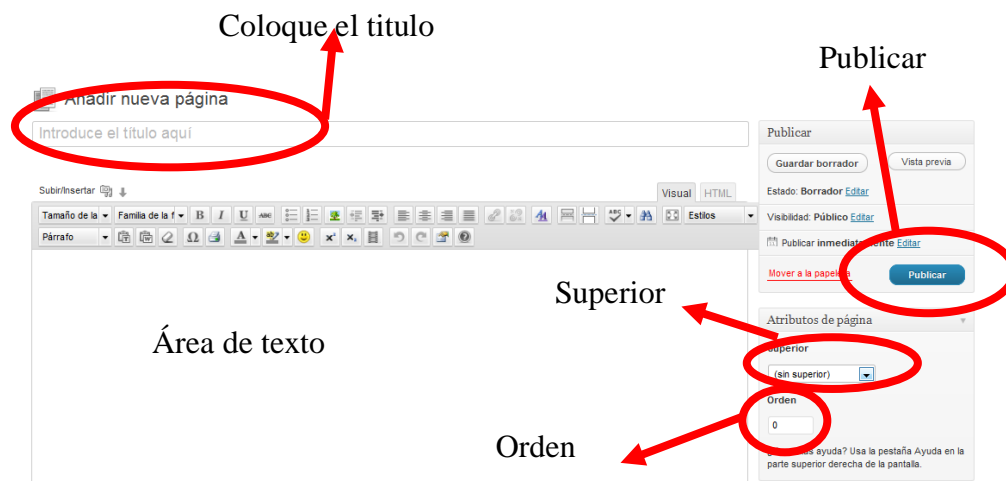
Este apartado lo ilustraremos con un ejemplo. Supongamos que usted quiere agregar una nueva página en su sitio Web, donde periódicamente cargará y publicará información necesaria de la institución.

A continuación se detalla:

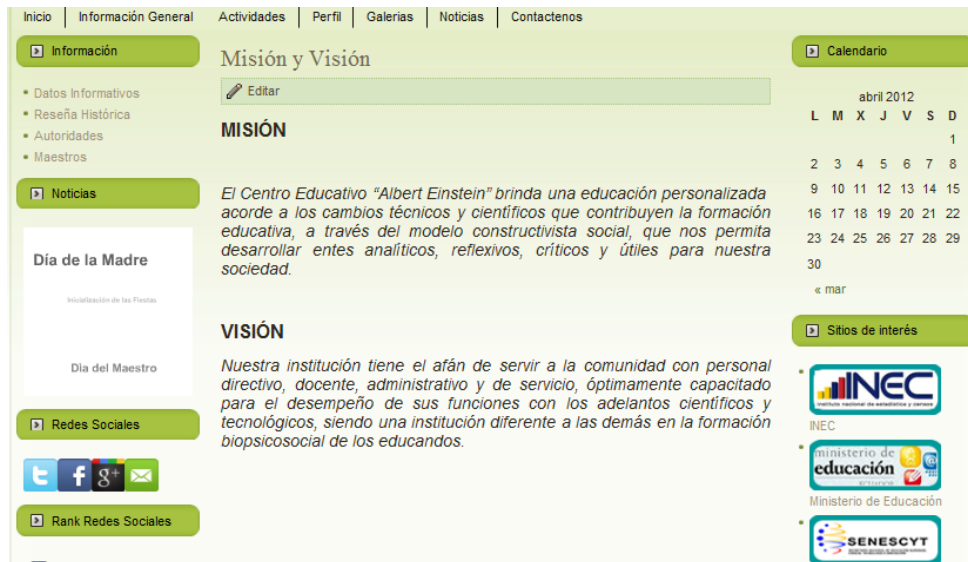
Paso1: Haga clic en el enlace "**Páginas**", aparecerán todas las paginas que se tengan con anterioridad, para crear la nueva paginas haga clic "**Añadir nueva**"



Paso 2: A continuación coloque el nombre de la nueva página, en el área de trabajo va a describir todo lo que se quiere que contenga, luego deberá escoger en atributos de la pagina donde dice superior se ubicara a la pagina, luego el orden en la que desea que tenga cada página, para la publicación se presionará en el botón publicar.



Paso 3: Listo ya tendremos nuestra nueva página como se muestra a continuación.




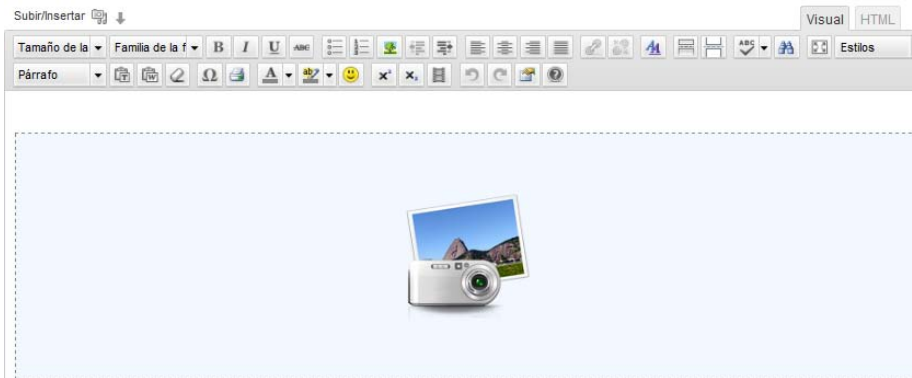
Para la creación de las siguientes páginas se sigue los pasos detallados anteriormente.

Subir imágenes

Este apartado lo ilustraremos con un ejemplo. Supongamos que usted quiere subir imágenes, videos a su sitio Web, donde periódicamente cargará y publicará imágenes de la institución.

A continuación se detalla:

Paso1: En todas las paginas tienen unos iconos  que nos permitirán agregar imágenes en su sitio web, haga clic en el icono y aparecerán la siguiente pantalla.

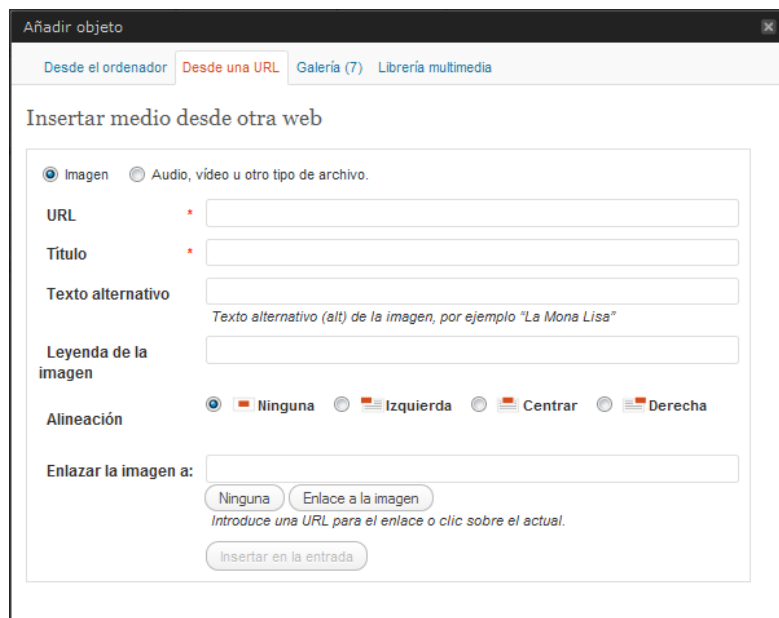


En esta parte tenemos opciones en las cuales nos permiten acceder de diferente manera las imágenes como se detalla a continuación:

Desde el ordenador: En la cual nos permitirán encontrar las imágenes que tenemos en nuestros ordenadores de algún lugar específico.



Desde una URL: nos permitirá insertar desde otra dirección web



Galería: aquí encontraremos todas nuestras imágenes que han sido cargadas con anterioridad como se detalla a continuación, además tenemos las opciones de la galería en donde encontraremos como enlazarnos en miniaturas a archivos de imágenes y paginas adjuntos, ordenar imágenes, orden ya se ascendente y descendente y columnas de la galería como se va indicar en el front end.

