



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE INGENIERÍA EN ELECTRICIDAD Y COMPUTACIÓN

“DISEÑO, DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB
DINÁMICO UTILIZANDO CMS JOOMLA Y GOOGLE ANALYTICS, PARA LA
MAESTRÍA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL MSIG –
ESPOL”

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN

PRESENTADO POR

QUIROZ HUACÓN KEVIN STEVEN

SAN ANDRÉS GUERRA LUIS GEOVANNY

GUAYAQUIL – ECUADOR

2015

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por ser mi apoyo en todo lo que hago, sin ellos no podría haber logrado culminar esta parte de mi vida.

A mi Jefe Ing. Cristóbal García que me brindo las facilidades de poder trabajar y estudiar.

A mis compañeros de clase quienes con tanto esfuerzo hemos trabajado arduamente por cumplir nuestros objetivos trazados.

A mis amigos por su apoyo cuando los necesitaba, con consejos y ayuda en general.

A mis profesores que me transmitieron sus conocimientos y experiencias lo cual me ha servido de mucho en el área laboral.

Kevin Quiroz Huacón

Agradezco por esta meta cumplida a Dios, quien me dio vida, salud, familia, amigos, novia y las fuerzas para continuar siempre sin importar las dificultades. A mi prometida, Karina, que me ayudo y alentó a la culminación de la tesis. A mis padres que me apoyaron todo el tiempo. A los profesores, quienes no solo me enseñaron teorías sino también compartieron sus vivencias durante todo este periodo. A todos ellos, pues es a quienes les debo por su apoyo incondicional.

Luis San Andrés Guerra

DEDICATORIA

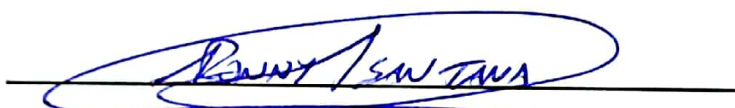
A mis padres, mis amigos y profesores que me ayudaron y dieron un impulso para obtener una de las metas de mi vida y poder seguir avanzando en mi camino.

Kevin Quiroz Huacón

Durante este periodo que está culminando, le dedico este logro a los que en diversos momentos estuvieron apoyándome y/o ayudándome, como los fueron en primera Dios, a mis padres, familia, compañeros de estudios, a mi prometida y a los profesores.

Luis San Andrés Guerra

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



Msig. Ronny Enrique Santana Estrella

Profesor de la Materia de Graduación

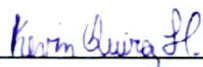


Msig. Robert Stalin Andrade Troya

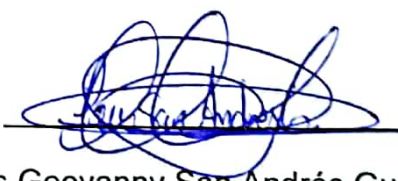
Profesor Delegado Por la Unidad Académica

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad del contenido de este Informe, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la **Escuela Superior Politécnica del Litoral**".



Kevin Steven Quiroz Huacón



Luis Geovanny San Andrés Guerra

RESUMEN

El capítulo uno trata sobre las Generalidades del proyecto; los antecedentes para conocer la historia de la Maestría en Sistemas de Información Gerencial, la problemática que plantea la situación actual de la maestría, la justificación donde se expone la razón para realizar el proyecto y el planteamiento de una solución.

El capítulo dos contiene el Marco Teórico, aquí se encuentra el análisis FODA y la cadena de Valor del proyecto del sitio web, junto a una breve descripción de las herramientas técnicas que se usan en la solución propuesta.

El capítulo tres abarca el desarrollo del sitio web, la configuración, las extensiones usadas en Joomla para el desarrollo, la descripción de cómo está distribuido el sitio, la analítica web que se aplica para conocer la interacción de los usuarios con el sitio web, su configuración y beneficios de uso.

El capítulo cuatro comprende el proceso de implementación del sitio web, el cual indica las actividades a realizar para la implementación y capacitación que deben recibir los distintos usuarios.

ÍNDICE GENERAL

<i>RESUMEN</i>	<i>vii</i>
<i>ÍNDICE GENERAL</i>	<i>ix</i>
<i>ABREVIATURAS</i>	<i>xv</i>
<i>ÍNDICE DE FIGURAS</i>	<i>xvii</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS</i>	<i>xx</i>
<i>INTRODUCCIÓN</i>	<i>xxi</i>
<i>CAPÍTULO 1</i>	<i>1</i>
1. <i>GENERALIDADES</i>	<i>1</i>
1.1 ANTECEDENTES.....	<i>1</i>
1.2 PROBLEMÁTICA.....	<i>3</i>
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	<i>5</i>
1.4 PLANTEAMIENTO DE UNA SOLUCIÓN	<i>6</i>
1.4.1 Objetivos Generales	<i>6</i>
1.4.2 Objetivos específicos.....	<i>6</i>
1.4.3 Alcance del proyecto	<i>7</i>
<i>CAPÍTULO 2</i>	<i>8</i>
2. <i>MARCO TEÓRICO</i>	<i>8</i>

2.1	ANÁLISIS FODA.....	8
2.1.1	Análisis Interno.....	9
2.1.2	Análisis Externo.....	10
2.2	ANÁLISIS FODA DEL NUEVO SITIO WEB.....	10
2.2.1	Análisis Interno.....	10
2.2.1.1	Identificación de las fortalezas.....	10
2.2.1.2	Identificación de las Debilidades.....	11
2.2.2	Análisis Externo.....	11
2.2.2.1	Identificación de las Oportunidades.....	11
2.2.2.2	Identificación de las Amenazas.....	11
2.3	CADENA DE VALOR.....	12
2.3.1	Logística de entrada.....	12
2.3.2	Operaciones.....	12
2.3.3	Logística de salida.....	13
2.3.4	Comercialización y Ventas.....	13
2.3.5	Servicio.....	13
2.4	ENCUESTA A ESTUDIANTES.....	14
2.5	CONTENT MANAGEMENT SYSTEMS (CMS).....	24
2.5.1	Tipos De CMS.....	25
2.5.1.1	Portales.....	26
2.5.1.2	Blog.....	26
2.5.1.3	Foros.....	26
2.5.1.4	Wikis.....	26
2.5.1.5	Comercio Electrónico.....	27

2.5.1.6	Galerías	27
2.5.1.7	E-Learning	27
2.5.1.8	Groupware.....	27
2.5.2	CMS A Usar.....	28
2.5.2.1	WORDPRESS.....	28
2.5.2.2	JOOMLA.....	29
2.6	GOOGLE ANALYTICS.....	30
2.7	WAMPSEVER	33
2.8	MYSQL	34
2.9	EXTENSIONES.....	35
2.9.1	Componentes	35
2.9.2	Módulos.....	35
2.9.3	Plugins.....	36
2.10	MÉTODOS DE POSICIONAMIENTO	36
2.10.1	PPC.....	37
2.10.2	SEO	37
2.11	SQL	38
2.12	CRM.....	39
2.13	HOSTING.....	40
2.14	DOMINIO.....	40
2.15	SOLUCIÓN PROPUESTA.....	41
2.15.1	Ampliación de la Solución Propuesta.....	41

2.15.2	Beneficios.....	42
2.15.3	¿Cómo se haría?.....	42
CAPÍTULO 3.....		44
3.	DESARROLLO.....	44
3.1	JOOMLA 3.3.6.....	44
3.2	DESARROLLO DEL SITIO WEB.....	45
3.2.1	Módulo Para Login (SCLOGIN).....	45
3.2.2	Plugin Abivia Supertable.....	48
3.2.3	Plugin Enbed PDF.....	51
3.2.4	Módulo De Menú (Ari Ext Menu).....	53
3.2.5	Plugin Sistema – Filtrar Idiomas.....	56
3.3	CONTENIDO DEL SITIO WEB.....	58
3.4	MAPA DEL SITIO.....	62
3.4.1	Opción Inicio.....	63
3.4.2	Opción Quienes somos.....	63
3.4.3	Opción Perfiles y Requisitos.....	63
3.4.4	Opción Comité.....	64
3.4.5	Opción Testimonios.....	64
3.4.6	Opción Tesis.....	64
3.4.7	Opción Descargas.....	65
3.4.8	Opción Contáctenos.....	65
3.5	GOOGLE ANALYTICS.....	65
3.5.1	Opción Mi Cuadro de Mando (My Dashboard).....	68

3.5.2	Opción Tiempo Real (Time Real).....	69
3.5.3	Opción Audiencia (Audience).....	70
3.5.4	Opción Localización (Location).....	71
3.5.5	Opción Nuevo vs Frecuente (New vs Returning).....	72
3.5.6	Opción Explorador y Sistema Operativo (Browser & SO).....	73
3.5.7	Opción Dispositivo (Device).....	74
3.5.8	Opción Flujo de Usuario (User Flow).....	75
CAPÍTULO 4.....		77
4.	IMPLEMENTACIÓN.....	77
4.1	PERFILES.....	77
4.1.1	Perfil Administrador.....	77
4.1.2	Perfil Publicador.....	78
4.1.3	Perfil Editor.....	78
4.1.4	Perfil Especial.....	78
4.2	PLAN DE TRABAJO.....	78
4.2.1	Implementación del Sitio Web.....	79
4.2.2	Capacitación del Sitio Web.....	80
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		81
Conclusiones.....		81
Recomendaciones.....		82
BIBLIOGRAFÍA.....		83
ANEXOS N°1.....		86

<i>ANEXOS N°2</i>	88
<i>ANEXOS N°3</i>	90
<i>ANEXOS N°4</i>	91
<i>ANEXOS N°5</i>	92
<i>ANEXOS N°6</i>	93
<i>ANEXOS N°7</i>	94
<i>ANEXOS N°8</i>	95
<i>ANEXOS N°9</i>	96
<i>ANEXOS N°10</i>	97
<i>ANEXOS N°11</i>	98
<i>ANEXOS N°12</i>	99

ABREVIATURAS

AIIM: Association for Information and Image Management (Asociación para la Información y Gestión de la imagen)

ASP: Active Server Pages

BAMP: BSD; Apache; MySQL; Perl, PHP, o Python

BSD: Berkeley Software Distribution (Distribución De Software Berkeley)

CGI: Common Gateway Interface (Interfaz de Entrada Común)

CMS: Content Management System (Sistema de Gestión de Contenidos)

CRM: Customer Relationship Management (Administración de la Relación con el Cliente)

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas

GA: Google Analytics

GPL: General Public License (Licencia Pública General)

HTML: HyperText Markup Language (Lenguaje de Marcas de Hipertexto)

IECE: Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas

IP: Internet Protocol (Protocolo de Internet)

ISO: International Organization for Standardization (Organización Internacional de Normalización)

LAMP: Linux; Apache; MySQL; Perl, PHP, o Python

MAMP: Mac OS X; Apache; MySQL; Perl, PHP, o Python

MSIG: Maestría en Sistemas de Información Gerencial

PHP: Hypertext Pre-processor (Pre-procesador de Hipertexto)

PPC: Pay-Per-Click (Pago Por Clic)

SAMP: Open Solaris; Apache; MySQL; Perl, PHP, o Python

SEO: Search Engine Optimization (Optimización en Motores De Búsqueda)

SO: Sistema Operativo

SQL: Structured Query Language (Lenguaje de Consulta Estructurado)

WAMP: Windows; Apache; MySQL; Perl, PHP, o Python

WCMS: Web Content Management System (Sistema de Gestión de Contenidos Web)

XML: Extensible Markup Language (Lenguaje de Marcas Extensible)

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Cadena de Valor.....	12
Figura 2.2 Selección de Navegador	14
Figura 2.3 Dispositivos usados para navegar en internet.....	15
Figura 2.4 Idiomas de contenido del Sitio Web.....	16
Figura 2.5 Registro en el sitio web	17
Figura 2.6 Información a buscar	18
Figura 2.7 Documentos descargables	19
Figura 2.8 Frecuencia de visitas.....	20
Figura 2.9 Redes sociales	21
Figura 2.10 Información adicional.....	22
Figura 2.11 Métodos de Información	23
Figura 2.12 Evolución de CMS	25
Figura 3.1 Módulo SCLogin	45
Figura 3.2 Configuración del Login.....	46
Figura 3.3 Creación de Perfil.....	47
Figura 3.4 Asignación de Perfil	48
Figura 3.5 Plugin Abivia Super Table.....	49
Figura 3.6 Activación de Abivia Super Table.....	49
Figura 3.7 Configuración de Abivia Super Table	50

Figura 3.8 Plugin Enbed PDF.....	51
Figura 3.9 Activar Enbed PDF.....	52
Figura 3.10 Configuración de Enbed PDF	52
Figura 3.11 Vista Aplicada de Enbed PDF.....	53
Figura 3.12 Módulo Ari Ext Menu	54
Figura 3.13 Configuración previa de Ari Ext Menu	54
Figura 3.14 Configuración de Ari Ext Menu	55
Figura 3.15 Idiomas Instalados.....	56
Figura 3.16 Idiomas del Contenido.....	56
Figura 3.17 Plugin Sistema - Filtrar Idiomas.....	57
Figura 3.18 Módulo Selector de Idioma.....	58
Figura 3.19 Sitio Web espolmsig.com. Donde la parte (A) es la cabecera y la parte (B) es el detalle.....	59
Figura 3.20 Cabecera del Sitio Web	60
Figura 3.21 Cuerpo del Sitio Web.....	61
Figura 3.22 Activación de Google Analytics	66
Figura 3.23 Cuadro de Mando	68
Figura 3.24 Tiempo Real.....	69
Figura 3.25 Tiempo Real II	70
Figura 3.26 Audiencia.....	70
Figura 3.27 Localización	71

Figura 3.28 New vs Returning.....	72
Figura 3.29 Browser & SO	73
Figura 3.30 Device	74
Figura 3.31 Mobile device.....	75
Figura 3.32 User Flow	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. F.O.D.A.....	9
Tabla 2. Actividades para la Implementación.....	79
Tabla 3. Actividades de Capacitación.....	80

INTRODUCCIÓN

Dado a los avances en todas las ramas de la tecnología y el constante aumento en el uso del internet como medio de consulta, almacenamiento e investigación se vuelve imperativo para las universidades contar con un sitio web, para dar a conocer las distintas carreras y maestrías que ofrecen e interactuar con sus docentes, estudiantes y potenciales estudiantes.

La Maestría en Sistemas de Información Gerencial (MSIG) cuenta con un sitio web informativo que no aprovecha los avances de la tecnología para brindar información a las personas interesadas en seguir la maestría.

Esta tesis suscita el “diseño, desarrollo e implementación de un sitio web dinámico utilizando CMS Joomla y Google Analytics para la Maestría en Sistemas de Información Gerencial de la Escuela Superior Politécnica del Litoral” con la intención de ofrecer un mejor servicio de comunicación e interacción con las personas interesadas en estudiar la maestría ofreciendo un sitio web actualizado y con tecnologías como son Joomla y base de datos MySQL para difundir su programa de estudios y demás información de importancia, además constara con la herramienta de analítica web Google Analytis, que permitirá llevar control de visitas y conocer la información de interés de los usuarios, entre otras cosas.

CAPÍTULO 1

1. GENERALIDADES

1.1 ANTECEDENTES

La Maestría en Sistemas de Información Gerencial (MSIG) se creó en el año 1995 por decisión conjunta entre la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) y la Universidad de Québec, Montreal, Canadá (UQAM) a través de la Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación (FIEC) y la Escuela de Postgrado en Administración de Empresas (ESPAE).

Se estableció con el objetivo de satisfacer las principales necesidades, tanto a nivel tecnológico, como administrativo en el mercado ecuatoriano,

esperando lograr la formación de líderes de proyectos tecnológicos, y administradores de empresas que sean capaces de manejar de manera efectiva todos los recursos de una empresa moderna.

Esta maestría puede ser aprovechada por profesionales del área de informática pero también de otro tipo de carreras como economía, finanzas y administración.

Los estudiantes que terminan la Maestría en Sistemas de Información Gerencial pueden continuar sus estudios tomando el MBA Internacional en la Universidad de Québec en Montreal, Canadá (UQAM).

La maestría tiene como objetivo general:

Este programa busca preparar y formar profesionales de alto nivel, competentes para aplicar y administrar las tecnologías de información en las empresas, utilizando como herramientas del proceso de aprendizaje, el conocimiento y la amplia experiencia de docentes con título profesional de cuarto nivel en el área de pertinencia, en conjunto con información científica actualizada, y la utilización de laboratorios portátiles.

Las clases de la MSIG se dictan en el Campus Las Peñas de la ESPOL en las calles Malecón 100 y Loja, frente al Malecón 2000 junto al barrio Las Peñas, las instalaciones cuentan con las facilidades necesarias para un agradable desempeño académico como salones de clases cómodos, parqueo con guardianía, laboratorios de computación con acceso a la Internet y áreas para trabajos en equipo, además los estudiantes son invitados a conferencias y eventos relacionados a esta.

1.2 PROBLEMÁTICA

La Educación al igual que otras áreas de servicio se han visto obligadas a actualizarse no sólo a nivel académico sino también tecnológico, esto permite que los padres y estudiantes estén más informados sobre las ofertas académicas de cada institución educativa y así poder elegir la de su mayor conveniencia.

Para el desarrollo de este proyecto se eligió el sitio web de la Maestría en Sistema de Información Gerencial (MSIG) dictada en la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL).

Actualmente cuenta con un sitio web que permite conocer información básica sobre la MSIG, como los requisitos para el ingreso, materias a tomar, a quién está dirigida, el perfil profesional de la maestría y la información de contacto.

El actual sitio web no proporciona la suficiente información para captar la atención de potenciales estudiantes, no aprovecha los avances tecnológicos de las comunicaciones siendo el más usado actualmente, el internet, lo que representa una desventaja ante las demás universidades que tienen sitios web dinámicos y con mucha interacción con los usuario para dar a conocer sus servicios.

Entre los problemas encontrados, están los siguientes:

- ❖ Página web desactualizada.
- ❖ Sitio web con páginas estáticas.
- ❖ Sitio web mal estructurado con Información mal distribuida.
- ❖ No hay suficiente información.
- ❖ No hay interacción con los usuarios.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Aunque esta maestría es una gran opción como titulación de postgrado y ya cuenta con un sitio web, tienen la necesidad de implementar un nuevo sitio web dinámico, el cuál apoye sus estrategias, poder interactuar con los usuarios y así generar confianza e interés hacia la propuesta académica que se está brindando. Esto permitiría que esta maestría sea más conocida, aumente la demanda de aspirantes, con lo cual crecería económicamente la institución.

Los posibles aspirantes de la MSIG son profesionales con título de tercer nivel en las áreas de administración, economía e informática, sin embargo con el actual estado publicitario de la maestría no hay un contacto eficaz con los aspirantes.

Por lo indicado anteriormente es necesaria la utilización de un Sistema de Gestión de Contenido (CMS) como Joomla, en conjunto con una herramienta de Analítica Web como es Google Analytics que permita más interacción con el usuario, conocer estadísticas de visitas que tendría el sitio web propuesto, así como estadísticas de posibles aspirantes que han contactado para conocer más sobre la maestría.

1.4 PLANTEAMIENTO DE UNA SOLUCIÓN

1.4.1 Objetivos Generales

Diseñar, Desarrollar e Implementar un Sitio Web Dinámico para la Maestría en Sistemas de Información Gerencial MSIG-ESPOL, como estrategia para difundir información de interés y relevancia pública, de una forma más dinámica, interactiva y veraz, promoviendo Programas de Postgrado, Proyectos de Investigación, Eventos Institucionales, Conferencias enfocados en el Área de Sistemas de Información Gerencial, impulsando el desarrollo del mejoramiento de la eficacia, eficiencia y efectividad fortaleciendo la imagen institucional.

1.4.2 Objetivos específicos

- ❖ Gestionar la información del sitio web a través de métodos y técnicas interactivas.
- ❖ Implementar diversos medios de comunicación, que agilicen el flujo de la información.
- ❖ Proveer información actualizada de los programas de postgrado, proyectos de investigación, eventos institucionales, de noticias, conferencias, etc.

- ❖ Fortalecer la imagen institucional a través de los diferentes servicios que proporcionará el sitio web.
- ❖ Utilizar métodos avanzados de búsquedas de información para posicionar el sitio web.

1.4.3 Alcance del proyecto

Se ha definido el siguiente alcance:

- ❖ Diseñar, desarrollar e implementar un sitio web dinámico para la MSIG.
- ❖ Fortalecer la imagen institucional con un sitio web dinámico que ayude a la mejora continua.
- ❖ Gestionar la información de la MSIG con técnicas y métodos interactivos usando modernas extensiones del CMS Joomla.
- ❖ Agilitar el flujo de información del sitio web.

CAPÍTULO 2

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANÁLISIS FODA

FODA (en inglés SWOT), es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que le permitirá trabajar con toda la información que posea sobre su negocio, útil para examinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

El análisis FODA debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito de su negocio. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades

diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno. [1]

Tabla 1. F.O.D.A.

	POSITIVO	NEGATIVO
INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS

2.1.1 Análisis Interno

Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc. [1]

Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc. [1]

2.1.2 Análisis Externo

Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas. [1]

Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización. [1]

2.2 ANÁLISIS FODA DEL NUEVO SITIO WEB

El siguiente análisis FODA indica las situaciones internas y externas por las que atraviesa el proyecto dentro de la implementación del sitio web en la Maestría en Sistema de Información Gerencial.

2.2.1 Análisis Interno

2.2.1.1 *Identificación de las fortalezas*

- ❖ Mantener informada a la comunidad sobre los acontecimientos de la Maestría.
- ❖ Sencilla manipulación del contenido del sitio web.

- ❖ Practico uso y búsqueda de la información.

2.2.1.2 *Identificación de las Debilidades*

- ❖ Ineficiente presentación de noticias en el sitio web.
- ❖ Constante actualización de forma manual del contenido del sitio web.
- ❖ Necesidad de constante administración del sitio web.

2.2.2 Análisis Externo

2.2.2.1 *Identificación de las Oportunidades*

- ❖ Ampliar el nivel de reconocimiento de la maestría a nivel nacional e internacional a través de su sitio web.
- ❖ Aprovechar el prestigio de la universidad de categoría A para captar mayor interés en el sitio web.

2.2.2.2 *Identificación de las Amenazas*

- ❖ Adquirir sitio web de otras empresas desarrolladoras.
- ❖ Uso de diferentes tecnologías para el desarrollo del sitio.

2.3 CADENA DE VALOR

Son las principales actividades que permiten a una empresa obtener una ventaja competitiva y generan valor para sus clientes; las actividades primarias son:



Figura 2.1 Cadena de Valor

2.3.1 Logística de entrada

- ❖ Planificar el Pensum de la Maestría.
- ❖ Realizar indicadores de evaluación de los cursos.
- ❖ Planificar los recursos necesarios.
- ❖ Seleccionar estudiantes que cumplan el perfil de ingreso.

2.3.2 Operaciones

- ❖ Dictar materias planificadas.
- ❖ Evaluar a estudiantes.
- ❖ Evaluar a profesores.

2.3.3 Logística de salida

- ❖ Entregar título de Magister en Sistemas de Información Gerencial.
- ❖ Profesionales que usen de forma efectiva las tecnologías de información.

2.3.4 Comercialización y Ventas

- ❖ Publicidad a través del sitio web.
- ❖ Publicidad en páginas de ESPOL.
- ❖ Atención telefónica y vía mail para ofrecer información.

2.3.5 Servicio

- ❖ Seguimiento de egresados a través de reuniones anuales de estudiantes.
- ❖ Sitio web de foro para estudiantes.
- ❖ Invitación a eventos de la Universidad sobre temas afines a la maestría.
- ❖ Cursos extras para expandir o complementar conocimientos.

El proyecto de implementación del sitio web de la MSIG se encuentra entre las actividades de Comercialización y Ventas, debido a que mediante el sitio web se busca dar a conocer la maestría.

2.4 ENCUESTA A ESTUDIANTES

A continuación se muestra el análisis de los resultados obtenidos en la encuesta realizada a cien estudiantes y profesionales del área de Guayaquil interesados en seguir la Maestría en Sistemas de Información Gerencial (MSIG), con el objetivo de conocer sus gustos, preferencias y costumbres en el uso de sitios web los cuales se usaran como base en el diseño del proyecto. El formato de la encuesta se encuentra en el Anexo N° 1.

1) ¿Cuál es el navegador que utiliza con mayor frecuencia?

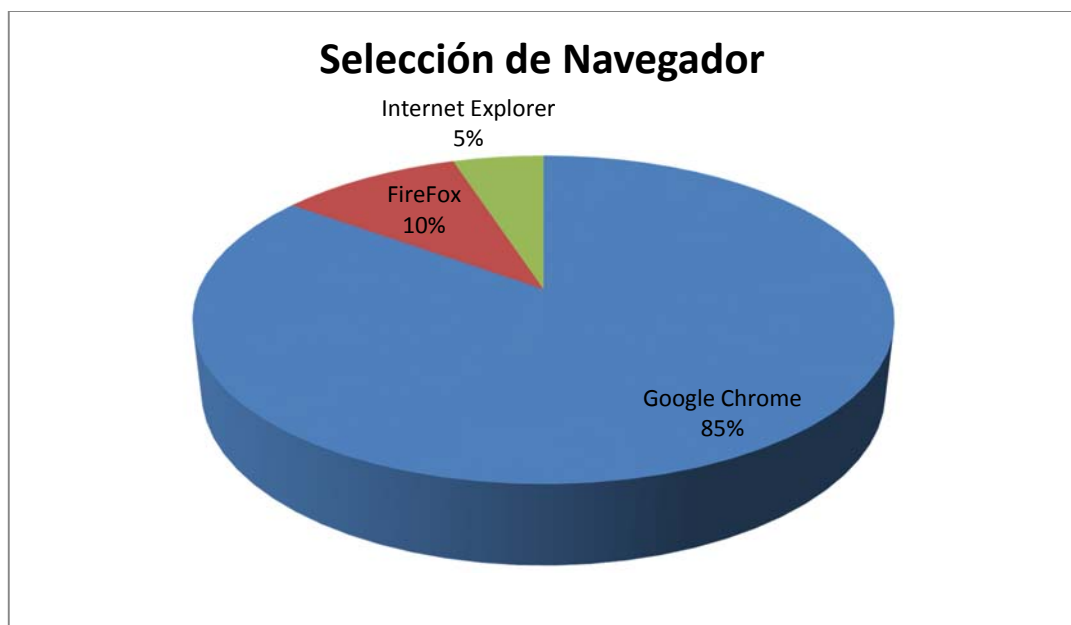


Figura 2.2 Selección de Navegador

El gráfico muestra que el 85% de estudiantes y profesionales encuestados prefieren usar Google Chrome, el 10% usa Firefox y tan solo el 5% usa Internet Explorer, tal como se muestra en la Figura 2.2.

Esto significa que los encuestados en este caso estudiantes y profesionales del área de sistemas prefieren el uso de Google Chrome como su explorador predefinido, por lo que esto puede influenciar al momento de cargar el sitio web.

2) ¿Qué dispositivos usa con mayor frecuencia para navegar por internet?

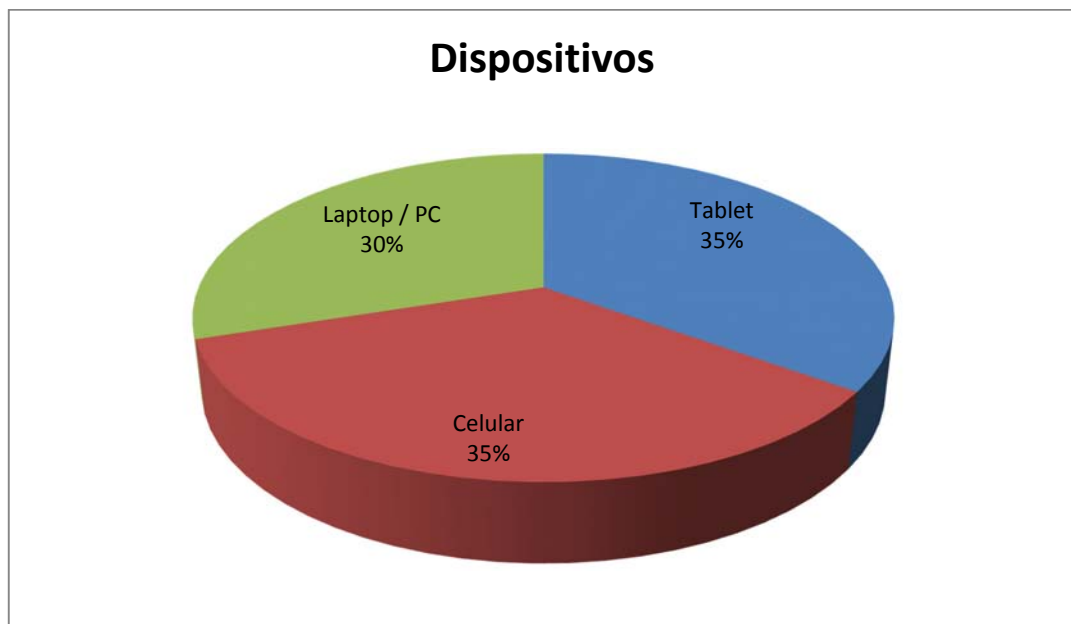


Figura 2.3 Dispositivos usados para navegar en internet

El gráfico presenta que el 35% de encuestados entre ellos, estudiantes y profesionales en el área de Guayaquil indican que utilizan más los celulares, el otro 35% usan las Tablet, mientras que el 30% restante usan las laptop / PC, como se puede observar en la Figura 2.3.

Esto indica que los encuestados usan más los dispositivos móviles para navegar por internet.

3) ¿Le gustaría que el sitio web contenga múltiples idiomas?



Figura 2.4 Idiomas de contenido del Sitio Web

El gráfico permite visualizar que el 99% de encuestados, entre ellos, estudiantes y profesionales en el área de sistemas indicaron le gustaría múltiples idiomas en el sitio, mientras que el 1% no, como ve en la Figura 2.4.

Esto indica que a la mayoría de los encuestados les gustaría que el sitio tenga por lo menos 2 idiomas, para ellos poder seleccionar el que más dominen.

4) ¿Le gustaría registrarse en una página web para obtener más información?

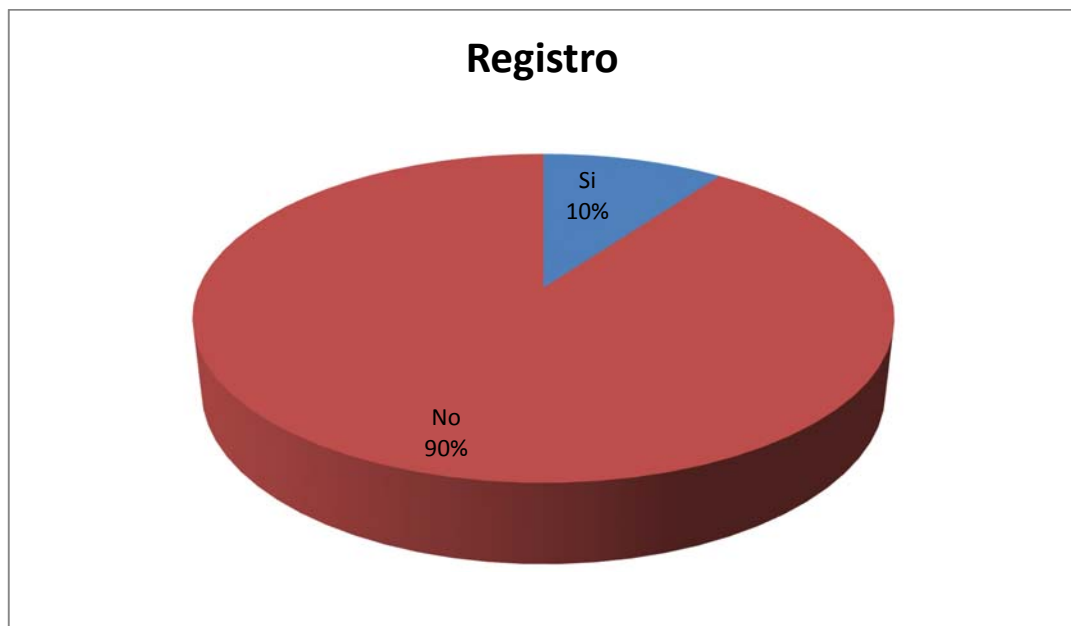


Figura 2.5 Registro en el sitio web

El gráfico muestra que el 90% de encuestados entre ellos, estudiantes y profesionales en el área de sistemas indicaron que la página no les gustaría registrarse, mientras que el 10% indicaron que si, tal como se visualiza en la Figura 2.5.

Esto indica que el sitio web debe brindar toda la información posible sin la necesidad de que los visitantes se registren para obtenerla.

5) ¿Qué información busca frecuentemente en el sitio web de una maestría?

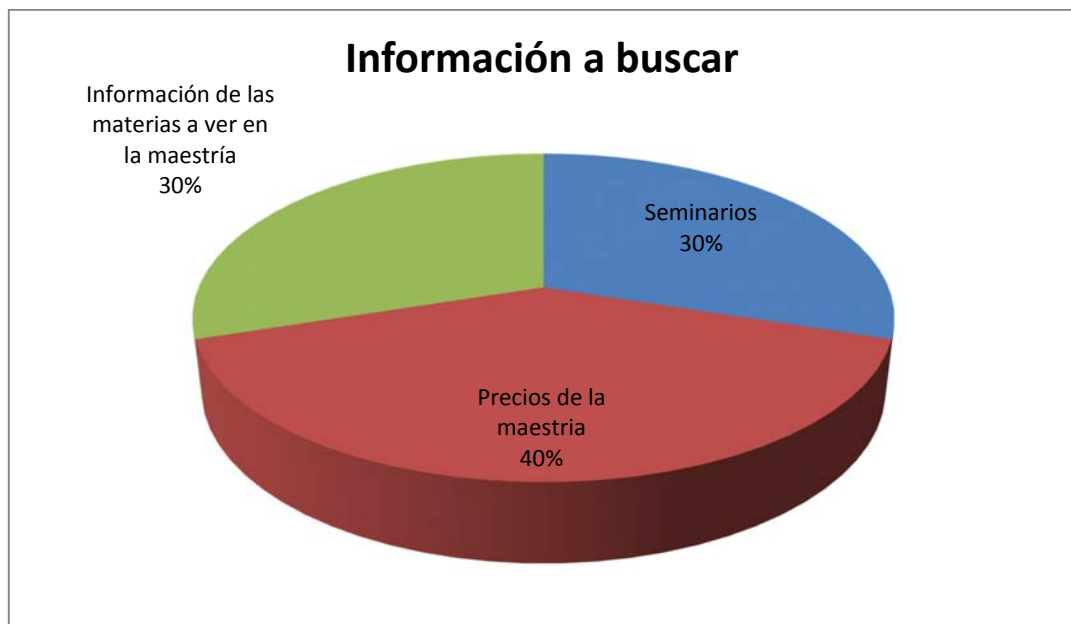


Figura 2.6 Información a buscar

El gráfico permite ver que el 40% de encuestados entre ellos, estudiantes y profesionales en el área de sistemas prefieren buscar los precios de la maestría, el 30% busca información sobre los seminarios ofrecidos y el otro 30% busca información de las materias a ver en la maestría, como se muestra en la Figura 6.

Con estos porcentajes se obtiene la información que consultan primordialmente los visitantes del sitio.

6) ¿Le gustaría que el sitio web con información de una maestría tenga documentos para descargar directamente?



Figura 2.7 Documentos descargables

El gráfico muestra que el 98% de encuestados entre ellos, estudiantes y profesionales en el área de sistemas desean que existan documentos descargables, y el 2% que no, tal como se ve en la Figura 2.7.

Por consiguiente con estos porcentajes, los visitantes desean poder descargar documentos que a ellos les sirvan durante su proceso de realizar la maestría.

7) ¿Con que frecuencia visita Ud. sitios web de maestrías?

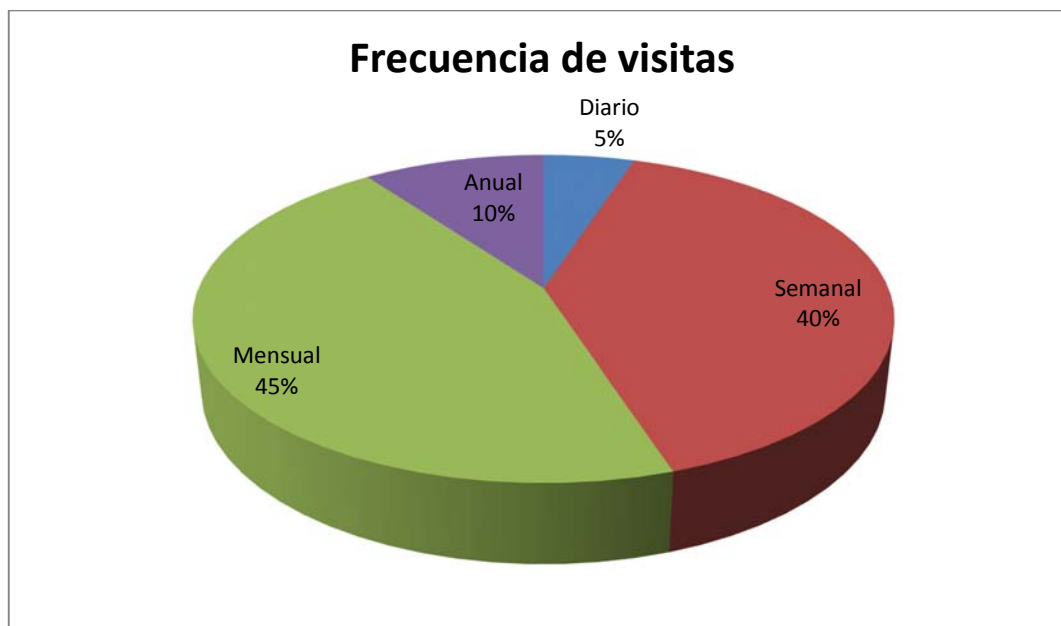


Figura 2.8 Frecuencia de visitas

El gráfico permite visualizar que el 45% de encuestados entre ellos, estudiantes y profesionales visitan sitios web de maestrías mensualmente, mientras que el 40% los visita semanalmente, el 10% los visita anualmente y el 5% los visita a diario, como se presenta en la Figura 2.8.

Con estos resultados, se observa una tendencia en que estudiantes y profesionales prefieren visitar sitios web de maestrías de forma mensual.

8) ¿Cuál es la red social que Ud. usa con mayor frecuencia?

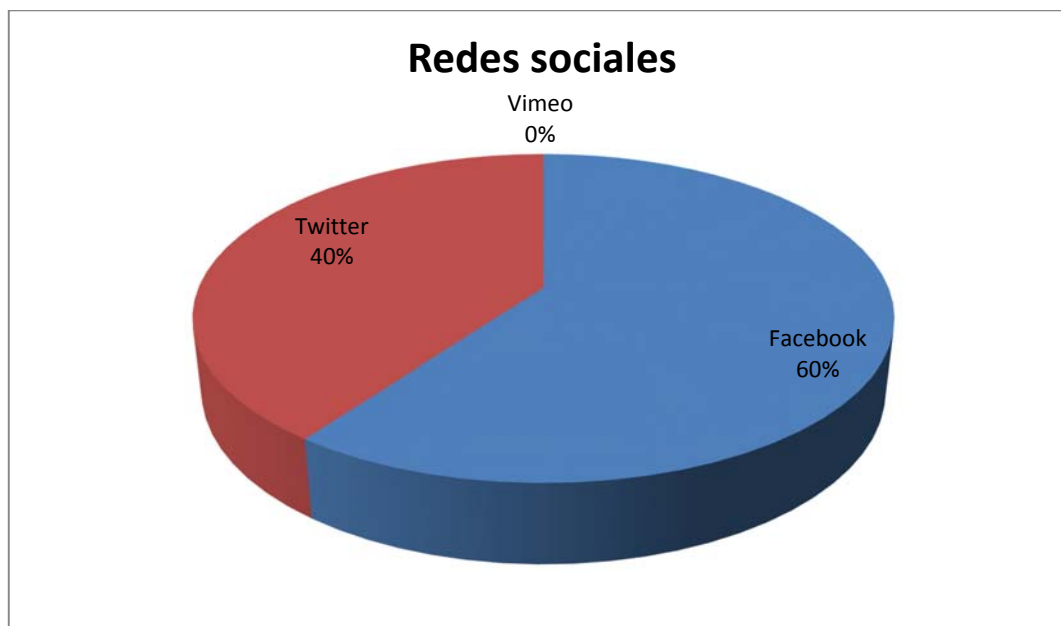


Figura 2.9 Redes sociales

El gráfico permite ver que el 60% de encuestados entre ellos, estudiantes y profesionales en el área de sistemas indican que usan Facebook, mientras que el 40% indicaron que usan twitter, tal como se enseña en la Figura 2.9.

Con estos resultados, se destacan cuáles son las redes sociales que usan con mayor frecuencia y a las cuales les gustaría que hubieran enlaces para dirigirse a ellas.

9) ¿Le gustaría que los sitios web de las maestrías muestren noticias adicionales referentes al contenido de las maestrías?



Figura 2.10 Información adicional

El gráfico permite ver que el 97% de encuestados entre ellos, estudiantes y profesionales en el área de sistemas indican que si le gustaría que se muestre información adicional, y el 3% dice que no, tal como se observa en la Figura 2.10.

Con estos resultados, en definitiva a los visitantes les gustaría enterarse de información adicional de la maestría, como seminarios, conferencias, cursos.

10) ¿De qué forma Ud. Se entera de sitio web de maestrías?



Figura 2.11 Métodos de Información

El gráfico muestra que el 69% de encuestados entre ellos, estudiantes y profesionales en el área de sistemas indican que llegan a conocer sitios web de maestrías por medio de buscadores, el 16% por conocidos, el 11% por otras referencias y el 4% por otras páginas web, como se visualiza en la Figura 11.

Se considera que el sitio web debe tener un posicionamiento muy alto en los buscadores, por el motivo de que este es el medio de consulta de los visitantes.

2.5 CONTENT MANAGEMENT SYSTEMS (CMS)

Un Sistema Gestor de Contenidos es un programa que facilita la creación y la gestión de sitios web, pueden ser estos en internet o en una intranet, es también conocido como Sistema Gestor de Contenido Web (WCMS).

La Association for Information and Image Management (AIIM) lo define como:

“Es un programa que ayuda a mantener, controlar, cambiar y re ensamblar el contenido de una página web. El contenido se mantiene

en una base de datos y se ensambla utilizando un lenguaje como XML o .NET. El usuario interactúa con el sistema a través de un navegador web normal. Desde allí las páginas web pueden ser editadas mientras se mantiene el control sobre partes del diseño”. [2]

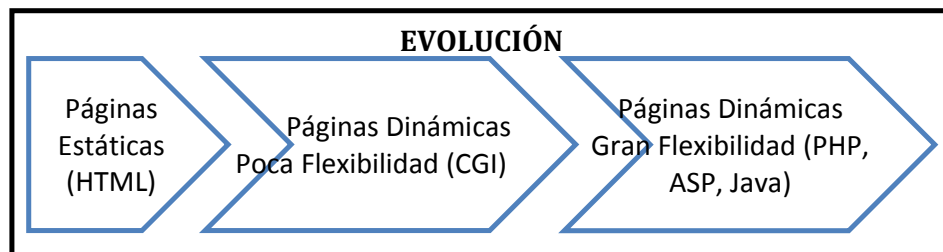


Figura 2.12 Evolución de CMS

Una ventaja del uso de CMS es que los usuarios no necesitan habilidades o conocimiento técnicos ni de programación. Un CMS está formado principalmente por dos partes, el Back donde los administradores publican la información y el Front donde los visitantes visualizan la información.

2.5.1 Tipos De CMS

Se dividen en Sistemas Propietarios (con licencia) de código privado y Sistemas No Propietarios (gratuitos) de código libre. Se

pueden agrupar por el tipo de sitio web que pueden gestionar, entre los más importantes se tienen:

2.5.1.1 Portales

Gestionan contenido y funcionalidad para publicar información orientada a la comunidad.

2.5.1.2 Blog

Permiten publicar artículos o noticias en orden cronológico, permitiendo comentarios en los mismos.

2.5.1.3 Foros

Consisten en discusiones en línea entre los usuarios sobre temas específicos.

2.5.1.4 Wikis

Crean contenido de forma colaborativa entre los usuarios y se encuentran disponibles al público general.

2.5.1.5 Comercio Electrónico

Permiten crear sitios web de comercio electrónico.

2.5.1.6 Galerías

Generan un sitio o portal web para mostrar contenido audiovisual comúnmente imágenes.

2.5.1.7 E-Learning

Establecen aulas virtuales para la comunicación e intercambio de recursos entre profesores y estudiantes.

2.5.1.8 Groupware

Crean un medio de cooperación en equipos, usando chats, calendarios, foros, entre otras cosas.

Los CMS a pesar de ser de un tipo principalmente pueden servir para desarrollar sitios web con combinaciones de tipos, como por ejemplo Joomla es principalmente de tipo portal y WordPress de tipo blog, esto no quiere decir que con Joomla no se pueda diseñar un sitio web tipo blob o con WordPress un sitio tipo portal. Lo tipos indican la funcionalidad principal del

CMS, pero estos actualmente sirven para crear la mayor parte de los tipos de sitios.

2.5.2 CMS A Usar

En la actualidad existen una gran variedad de CMS tanto propietarios como no propietarios, en los no propietarios más utilizados se encuentran **Wordpress, Joomla y Drupal.**

2.5.2.1 WORDPRESS

Es un CMS basado en PHP con licencia GPLv2 o superior y para entornos MySQL, orientado a la creación de blogs, aunque permite la gestión de otros tipos de sitios web, es el sucesor oficial de b2/cafeblog.

Entre sus atributos esta su gran capacidad de personalización, actualización constante, su facilidad de uso y su compatibilidad con los navegadores más usados.

Una desventaja del CMS WordPress comprende que ciertas extensiones que se encuentran disponibles en la web no han sido

previamente probadas por desarrolladores expertos, lo cual provoca que muchos sitios web tengan problemas de vulnerabilidad.

2.5.2.2 JOOMLA

“Joomla es un sistema de gestión de contenidos gratuito para la creación de sitios web. Es un proyecto de software libre que, al igual que la mayoría de estos proyectos, está en constante movimiento”. [3]

Joomla es utilizado en:

- ❖ Sitios Web o portales corporativos.
- ❖ Intranets y extranets corporativas.
- ❖ Revistas, periódicos y publicaciones online.
- ❖ E-commerce y reservas en línea.
- ❖ Aplicaciones gubernamentales.
- ❖ Sitios web de pequeñas empresas.
- ❖ Sitios web de la organización sin ánimo de lucro.
- ❖ Portales basados en la comunidad.
- ❖ Sitios web escolares y de la iglesia.

❖ Sitios web personales o familiares.

Desarrollado en PHP y bajo licencia GPL. Utiliza como base de datos MySQL comúnmente y un servidor HTTP Apache. Su nombre proviene de la palabra swahili *jumla*, que significa "todos juntos" o "como un todo", como reflexión sobre el compromiso del grupo de desarrolladores y la comunidad del proyecto.

Al igual que con WordPress tiene la desventaja que sus extensiones no son revisados por profesionales lo que provoca vulnerabilidades y debido al creciente aumento de uso para el desarrollo de sitios web es el blanco más atacado por los hackers.

2.6 GOOGLE ANALYTICS

Google Analytics es un producto que ha evolucionado tanto que hasta ha cambiado de nombre.

Google Analytics es una solución analítica cuantitativa para:

- Medir la cantidad de clics.
- Indicar el origen de los visitantes.
- Informar sobre la navegación de los usuarios.

Google Analytics también le permite establecer objetivos para su sitio web (número de ventas que se desean alcanzar, tantos formularios enviados, proporcionar asistencia a los visitantes, descargar documentos, etc.). [4]

Debido al rendimiento del sitio web y la velocidad de carga de las páginas tiene un papel importante en SEO, Google Analytics Advanced cargará el código de seguimiento GA en modo asíncrono, sin afectar el rendimiento de su sitio web.

Principales características de avanzada de Google Analytics:

- Fácil cambiar entre Classic Analytics y Universal Analytics.
- Pantalla marketing, demografía e informes de intereses en su cuenta de Google Analytics.
- Dimensiones personalizadas / variables de seguimiento.
- Eventos de seguimiento.
- Le permite anonimizar IPs, utilizando la función Google Analytics anonymization.
- Le permite desactivar el seguimiento Admin en el frontend.

El uso de variables personalizadas (Classic Google Analytics) o dimensiones personalizadas (Universal Google Analytics) Google Analytics Avanzado es capaz de:

- Pista de usuario por su tipo: domicilio o invitado.
- Pista de visitas por autor (una forma rápida de ver editores populares).
- Pista de visitas por categorías (una forma rápida de determinar las categorías más populares).
- Pista de visitas por año de publicación (identificar desempeño en el tiempo).

Google Analytics Avanzado apoya el seguimiento de eventos; se puede utilizar para generar análisis de datos sobre las descargas y enlaces externos. Esta es una gran característica que le permitirá realizar seguimiento del rendimiento de sus afiliados y generar sus propias estadísticas de afiliados en su cuenta de Google Analytics.

Por lo general toma algún tiempo para que las dimensiones personalizadas / informes de variables personalizadas se generen.

Usuarios de Classic Analytics pueden acceder a esos informes de audiencia en su cuenta de Google Analytics.

Usuarios de Universal Analytics pueden acceder a esos informes de personalización (utilizando un informe de análisis a la medida), en su cuenta de Google Analytics.

Seguimiento de eventos es parte de la función en tiempo real, usted debería ser capaz de ver los eventos de inmediato, en su cuenta de Google Analytics en tiempo real, Eventos dashboard. [5]

2.7 WAMPSEVER

WAMPServer es un entorno de desarrollo web de Windows. Se le permite crear aplicaciones web con Apache 2, PHP y una base de datos MySQL. Al lado, PhpMyAdmin permite administrar fácilmente tus bases de datos.

Algunas funcionalidades que WAMPServer ofrece son:

- ❖ Administrar sus servicios de Apache y MySQL
- ❖ Cambiar en línea / fuera de línea (dar acceso a todo el mundo o sólo localhost)
- ❖ Instalar y cambiar Apache, MySQL y PHP comunicados
- ❖ Administrar la configuración de los servidores
- ❖ Acceder a sus registros

- ❖ Acceder a tus archivos de configuración
- ❖ Crear alias [6]

2.8 MYSQL

MySQL es un servidor de Bases de Datos SQL (Structured Query Language) que se distribuye en dos versiones:

- Una versión GPL (Software Libre)
- Otra versión privativa, llamada MySQL AB [7]

Es una base de datos de tipo relacional y es usada como servidor para poder conectar múltiples usuarios y utilizarlo al mismo tiempo.

Una de las características más importante que tiene es que permite recurrir a diferentes lenguajes de programación que se adaptan a diferentes necesidades y requerimientos. Desarrolla a alta velocidad las búsquedas de datos e información, a diferencia de sistemas anteriores. Las plataformas que utiliza son variadas y entre ellas se puede mencionar LAMP, MAMP, SAMP, BAMP y WAMP (aplicables a Mac, Windows, Linux, BSD, Open Solaris, Perl y Phython entre otras). [8]

2.9 EXTENSIONES

Las extensiones son agregados que aumentan las funcionalidades de la instalación estándar de Joomla. El gestor de extensiones de Joomla nos permitirá instalar, desinstalar y desactivar extensiones, además de ofrecernos algunas opciones de corrección y mantenimiento. [9]

Se usa para agregar una nueva función a Joomla que no existe en el núcleo del código base. [10]

2.9.1 Componentes

Son extensiones que puede manejar datos, mostrar configuraciones, proporcionar funciones, y puede llevar a cabo cualquier operación no contemplada por las funciones generales del código del núcleo. [11]

2.9.2 Módulos

Los módulos son como mini-utilidades que se colocan en cualquier lugar del sitio web. Trabajan en conjunto con los componentes y en algunos casos con otros que son solo fragmentos de bloques

completos de código utilizados para mostrar algunos datos de la base de datos. [12]

2.9.3 Plugins

Una de las extensiones más avanzadas para Joomla es el plugin. Un plugin es una sección de código que corre cuando ocurre algún evento predefinido dentro de Joomla. [13]

2.10 MÉTODOS DE POSICIONAMIENTO

El posicionamiento u optimización en motores de búsqueda, es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados de los diferentes buscadores.

Existen dos métodos para posicionar los sitios web entre los primeros resultados de los motores de búsqueda, estos son los siguientes:

2.10.1 PPC

PPC significa Pago Por Clic, consiste en pagar a los motores de búsqueda como por ejemplo Google, Yahoo, Bing, etc., para que posicionen un anuncio marcado en sus resultados de búsqueda.

2.10.2 SEO

Sus siglas en inglés Search Engine Optimization, es el posicionamiento orgánico, en el cual el sitio web se posiciona en los primeros lugares de manera natural, sin necesidad de pagarle a Google ni de que aparezca marcado como publicidad. [14]

Para obtener mejores resultados de búsquedas del sitio web en los buscadores se consideraran las siguientes recomendaciones de Google:

- ❖ El título debe indicar claramente el tema de la página, evitando que estos no tengan relación con el contenido o usando títulos predeterminados o genéricos como “Sin Título”, “Pagina Nueva”.

- ❖ Cada página con una etiqueta title distinta que ayude a los buscadores a diferenciar una página de otra dentro del sitio web, evitando usar una sola etiqueta para todas las páginas o para muchas de ellas.
- ❖ Usar títulos breves pero informativos, los títulos demasiado largos solo mostrarán una parte en los buscadores, evitando utilizar palabras innecesarias.

Los títulos de las páginas son un aspecto importante de la optimización para motores de búsqueda. [15]

2.11 SQL

Es un lenguaje de utilizado en base de datos, para manipular y definir los datos, tiene la capacidad también de especificar restricciones. [16]

2.12 CRM

La gestión de las relaciones con el cliente (CRM) es la forma que tienen las empresas de interactuar con sus clientes. Y no es nada nuevo en la teoría del *management*, ya en 1954, Peter Drucker escribió: “el verdadero de cualquier compañía es crear y mantener a sus cliente”, pero lo que realmente ha otorgado protagonismo a este concepto desde hace unos años es la capacidad que nos ofrecen las tecnologías de la información actuales para poder relacionarnos individualmente con cada cliente.

Este desarrollo tecnológico unido a la conjunción de una serie de fuerzas explican el cambio de tendencia en los procesos de negocios de las empresas hacia el cliente como eje central de su estrategia:

- La información.
- La globalización.
- La personalización.
- Nuevos canales de comunicación.
- El marketing *one-to-one*. [17]

Es una estrategia de negocios dirigida a entender, anticipar y responder a las necesidades de los clientes con los que ya cuenta y los clientes potenciales de las empresas para poder hacer crecer el valor de la relación con estos.

[18]

2.13 HOSTING

El Hosting puede ser difícil de entender, especialmente si no es un profesional de la web y solo desea la manera más rápida y fácil de colocar su empresa en línea. En términos sencillos, el hosting es un espacio que alquila en un servidor que está conectado a la red. Es lo que hace que su sitio esté disponible en todo el mundo. Sin un plan de hosting, nadie puede ver su sitio, ya que el mismo se encuentra en su computadora como todos sus otros archivos. [19]

Nombre del host: www.espolmsig.com

2.14 DOMINIO

Cada ordenador que accede a Internet tiene una dirección de identificación único, que es una cadena de números llamada una "dirección IP" (IP significa "Protocolo de Internet"). Como las direcciones IP son a menudo difíciles de recordar, estos números se transponen en caracteres o letras (el "nombre de dominio") y son lo que un usuario escribe en la búsqueda de sitios web o el envío de un correo electrónico. [20]

Nombre del dominio: espolmsig.com

2.15 SOLUCIÓN PROPUESTA

A continuación la solución propuesta del proyecto:

Análisis, desarrollo e implementación de un sitio web dinámico utilizando el CMS Joomla y Google Analytics, en donde se publicarán los seminarios, actividades y demás información necesaria para que los estudiantes que actualmente están tomando la maestría MSIG y aspirantes a estudiarla, se mantengan informados.

2.15.1 Ampliación de la Solución Propuesta

Aun cuando anteriormente la propuesta ha sido abordada en detalle sobre lo que contiene el sitio web de la Maestría en Sistemas de Información Gerencial (MSIG), es conveniente considerar la integración de Joomla con un software que administre la relación con el cliente (CRM) como por ejemplo Sugar CRM o Vtiger, siendo esta última un software libre.

Esta propuesta, nace por la necesidad que las empresas tienen de mantener sus relaciones con el cliente, llegando a la fidelidad de este hacia la empresa, y esto se logra evaluando sus gustos, pensamientos, preferencias, etc., para de esta forma preparar

estrategias que llenen sus expectativas y así alcanzar el objetivo de la organización.

Y la Maestría en Sistemas de Información Gerencial proveniente de una organización pública por lo que no es la excepción en la fidelización del cliente, en este caso sus posibles nuevos estudiantes y con los que ya cuenta.

2.15.2 Beneficios

- ❖ Permite ver los inconvenientes que tiene la Maestría y así tomar medidas para solucionarlos desde el punto de vista de sus estudiantes.
- ❖ Aumentar el número de estudiantes interesados en la Maestría.

2.15.3 ¿Cómo se haría?

Con la integración de Joomla y el CRM VTiger, mediante una extensión disponible, se integraría la base de datos del sitio web con la del CRM, para así mediante envío de correos electrónicos a los usuarios que se registren en el sitio web, con encuestas, actividades o

seminarios que se abran, para promocionarlas o según los intereses de cada usuario registrado.

CAPÍTULO 3

3. DESARROLLO

3.1 JOOMLA 3.3.6

Debido a su fácil manejo y administración se usara la versión 3.3.6 de Joomla, que tiene resueltos varios problemas que se presentaban en sus versiones anteriores, como dificultades con la actualización de componentes del núcleo, una regresión en el restablecimiento de contraseñas entre otras cosas.

El uso de Joomla 3.3.6 para el desarrollo del sitio web concederá múltiples beneficios, logrando una fácil administración del sitio sin necesidad

de tener conocimientos de programación, permitirá editar el contenido de los artículos desde el Front mediante el uso de perfiles y con su gran capacidad de expansión mediante el uso de extensiones, poder remodelar y ampliar el sitio web de forma rápida.

3.2 DESARROLLO DEL SITIO WEB

3.2.1 Módulo Para Login (SCLOGIN)

Una vez subida la extensión de SCLogin al sitio mediante el administrador, este aparece en el Gestor de Módulos, al ingresar en este módulo se debe publicar e indicar la posición que tendrá en la página, como se muestra en la Figura 3.1.



Gestor de módulos: Módulo mod_slogin webempresa.com

Guardar Guardar y cerrar Guardar y nuevo Guardar como copia Cerrar Ayuda Ayuda

Título * Login

Módulo Asignación de menú Permisos del módulo Configuración de la vista de indentificación Ver configuraciones de salida

Configuración de los botones de redes sociales Avanzado

SCLogin

Sitio

Enhanced login module with flexible styles and customizations for Facebook, Google+, Twitter, LinkedIn, Amazon, Github, Instagram, Meetup, VK.com and Windows Live Authentication when combined with JFBConnect.

Please visit [SourceCoast](#) for more information or [our forums](#) for support.

If you use SCLogin, please post a rating and a review at the Joomla! Extensions Directory: [SCLogin Enhanced Login](#)

Mostrar el título

Mostrar Ocultar

Posición

position-16

Estado

Publicado

Figura 3.1 Módulo SCLogin

Luego se configuran los parámetros del módulo, como se ve en la Figura 3.2, por ejemplo, si se mostrara la opción “olvidó usuario o contraseña”, o mostrar el check de Recordarme, etc.

The screenshot displays the Joomla! administrator interface for configuring the Login module. At the top, there is a navigation menu with options: Sistema, Usuarios, Menús, Contenido, Componentes, Extensiones, and Ayuda. Below the menu is a toolbar with buttons: Guardar, Guardar y cerrar, Guardar y nuevo, Guardar como copia, and Cerrar. The main content area shows the configuration for the 'Login' module. The 'Título' field is set to 'Login'. The 'Configuración de la vista de indentificación' tab is selected and highlighted with a dashed border. The configuration options include: Tema (Default), Configuración de la vista de indentificación (Siempre visible), Estilo modal (Botón), Modal Close Button (Mostrar), Distribución (Vertical), Mostrar el formulario de ingreso (Mostrar), Mostrar olvido del nombre de usuario (Ninguno), Mostrar olvido de contraseña (Ninguno), Mostrar botón de registro (Show in Modal Links Only), Mostrar Recordarme (Mostrar casillas sin marcar), Componente de registración (Joomla), URL de redirección para la salida de joomla (Misma página), and Encriptar formulario de ingreso (No).

Figura 3.2 Configuración del Login

A continuación crear un usuario de prueba para proceder a asignarle el perfil de Publisher (Publicador), como se observa en la Figura 3.3 y 3.4.

The screenshot shows a web interface for creating a user profile. At the top, there are four buttons: 'Guardar' (Save), 'Guardar y cerrar' (Save and close), 'Guardar y nuevo' (Save and new), and 'Cerrar' (Close). Below this is the title 'Msig publicador' and three tabs: 'Detalles de la cuenta' (Account details), 'Grupos de usuario asignados' (Assigned user groups), and 'Configuración básica' (Basic configuration). The 'Detalles de la cuenta' tab is active, showing a form with the following fields:

Nombre *	Msig publicador
Usuario *	msigpublicador
Contraseña	
Confirmar contraseña	
Correo electrónico *	karina_luciana16@hotmail.com
Fecha de registro	2015-02-15 11:07:47
Fecha de la última visita	2015-02-15 11:29:30
Último restablecimiento de contraseña	
Contador de restablecimientos de contraseña	0
Recibir correos del sistema	<input type="radio"/> Sí <input checked="" type="radio"/> No
Bloquear a este usuario	<input type="radio"/> Sí <input checked="" type="radio"/> No
Require Password Reset	<input type="radio"/> Sí <input checked="" type="radio"/> No
ID	218

Figura 3.3 Creación de Perfil

Msig publicador

[Detalles de la cuenta](#) **Grupos de usuario asignados** [Configuración básica](#)

- Public
- |—Guest
- |—Manager
- |—|—Administrator
- |—Registered
- |—|—Author
- |—|—|—Editor
- |—|—|—|—Publisher
- |—Super Users

Figura 3.4 Asignación de Perfil

3.2.2 Plugin Abivia Supertable

Este plugin una vez instalado ayuda a darle estilo a las tablas de los artículos.

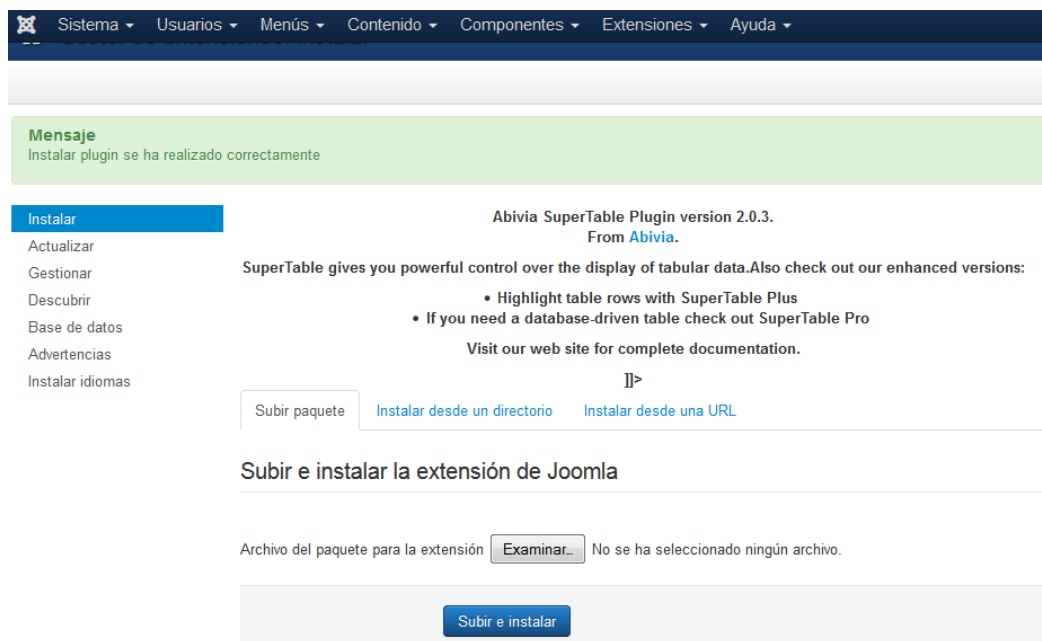


Figura 3.5 Plugin Abivia Super Table

Se procede a activar el plugin para su utilización en el sitio web, como se visualiza en la Figura 3.6.

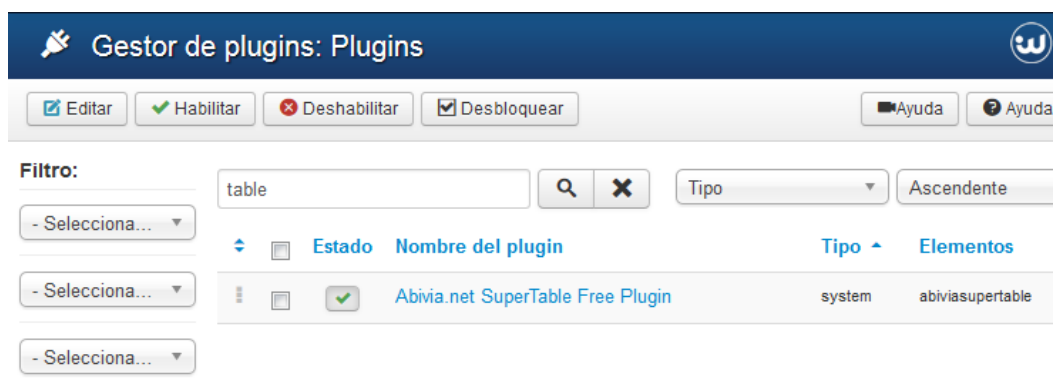
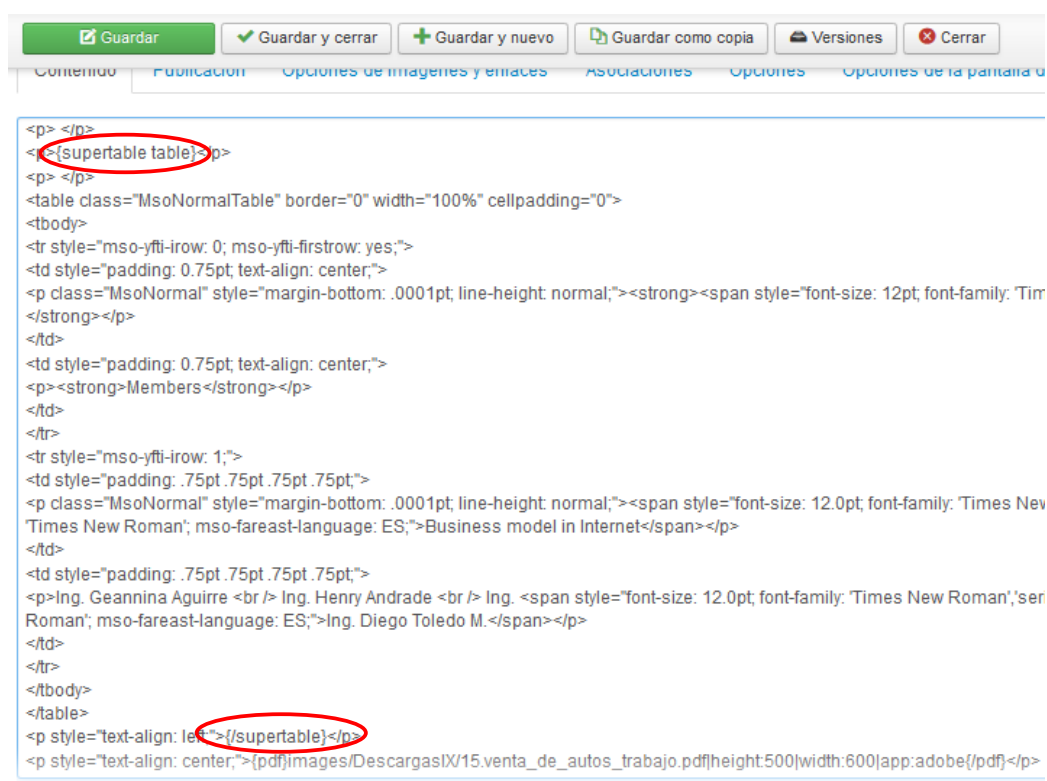


Figura 3.6 Activación de Abivia Super Table

A continuación dentro del artículo en el que se encuentra la tabla colocar en el editor html, antes de la etiqueta de la tabla, “{supertable table}” y después de finalizar la etiqueta la de tabla “{/supertable}”, como se enseña en la Figura 3.7.



```

<p> </p>
<{supertable table}>p>
<p> </p>
<table class="MsoNormalTable" border="0" width="100%" cellpadding="0">
<tbody>
<tr style="mso-yfti-irow: 0; mso-yfti-firstrow: yes;">
<td style="padding: 0.75pt; text-align: center;">
<p class="MsoNormal" style="margin-bottom: .0001pt; line-height: normal;"><strong><span style="font-size: 12pt; font-family: 'Times New Roman'; mso-fareast-language: ES;">Business model in Internet</span></strong></p>
</td>
<td style="padding: 0.75pt; text-align: center;">
<p><strong>Members</strong></p>
</td>
</tr>
<tr style="mso-yfti-irow: 1;">
<td style="padding: .75pt .75pt .75pt .75pt;">
<p class="MsoNormal" style="margin-bottom: .0001pt; line-height: normal;"><span style="font-size: 12.0pt; font-family: 'Times New Roman'; mso-fareast-language: ES;">Business model in Internet</span></p>
</td>
<td style="padding: .75pt .75pt .75pt .75pt;">
<p>Ing. Geannina Aguirre <br /> Ing. Henry Andrade <br /> Ing. <span style="font-size: 12.0pt; font-family: 'Times New Roman'; mso-fareast-language: ES;">Ing. Diego Toledo M.</span></p>
</td>
</tr>
</tbody>
</table>
<p style="text-align: left;">{/supertable}</p>
<p style="text-align: center;">{pdf}images/DescargasIX/15.venta_de_autos_trabajo.pdf{height:500;width:600}app:adobe{/pdf}</p>

```

Figura 3.7 Configuración de Abivia Super Table

3.2.3 Plugin Enbed PDF

Este plugin una vez instalado permite visualizar los documentos en formato pdf en el sitio web.

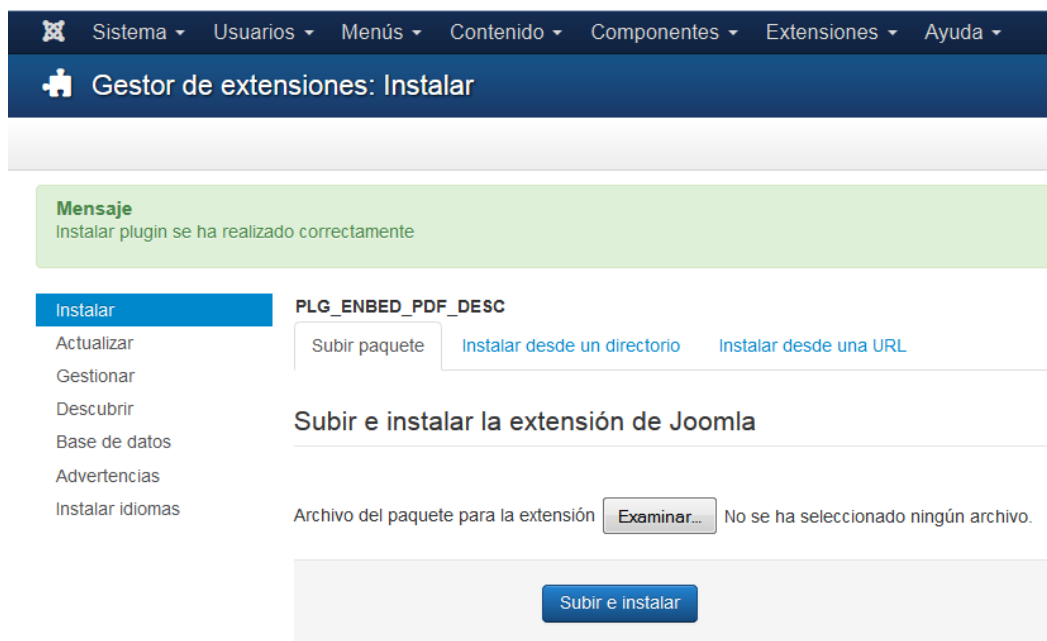


Figura 3.8 Plugin Enbed PDF

A continuación proceder a activar el plugin, tal como se muestra en la Figura 3.9.

Gestor de plugins: Plugins webempresa.com

Filtro:

Estado	Nombre del plugin	Tipo	Elementos	Acceso	ID
✔	Enbed pdfs	content	enbed_pdf	Public	10042

Figura 3.9 Activar Enbed PDF

Se coloca “{pdf}” en el artículo según se requiera hasta donde se quiera colocando {/pdf}”, tal como se puede observar en la Figura 3.10.

Gestor de artículos: Editar un artículo

Título * Alias

```

</tbody>
</table>
<p>{/supertable}</p>
<p style="text-align: center;">{pdf}images/DescargasVII
/1.Business_Intelligence_Resumen.pdf|height:500|width:600|app:adobe{/pdf}</p>
<hr title="BRMS: Business Rules Management System" alt="BRMS: Business Rules Management System"
class="system-pagebreak" />
<p> </p>
<p>{/supertable table}</p>
<p> </p>
<table class="MsoNormalTable" border="0" width="100%" cellpadding="0">
<tbody>
<tr style="mso-yfti-irow: 0; mso-yfti-firstrow: yes;">
<td style="padding: 0.75pt; text-align: center;">
<p class="MsoNormal" style="margin-bottom: .0001pt; line-height: normal;"><strong><span style="font-size:
12pt; font-family: 'Times New Roman', serif;">Topic</span></strong></p>
</td>
<td style="padding: 0.75pt; text-align: center;">

```

Figura 3.10 Configuración de Enbed PDF

Una vez configurado el plugin se puede visualizar el PDF en el sitio web y muestra una barra de herramientas, tal como se ve en la Figura 3.11.

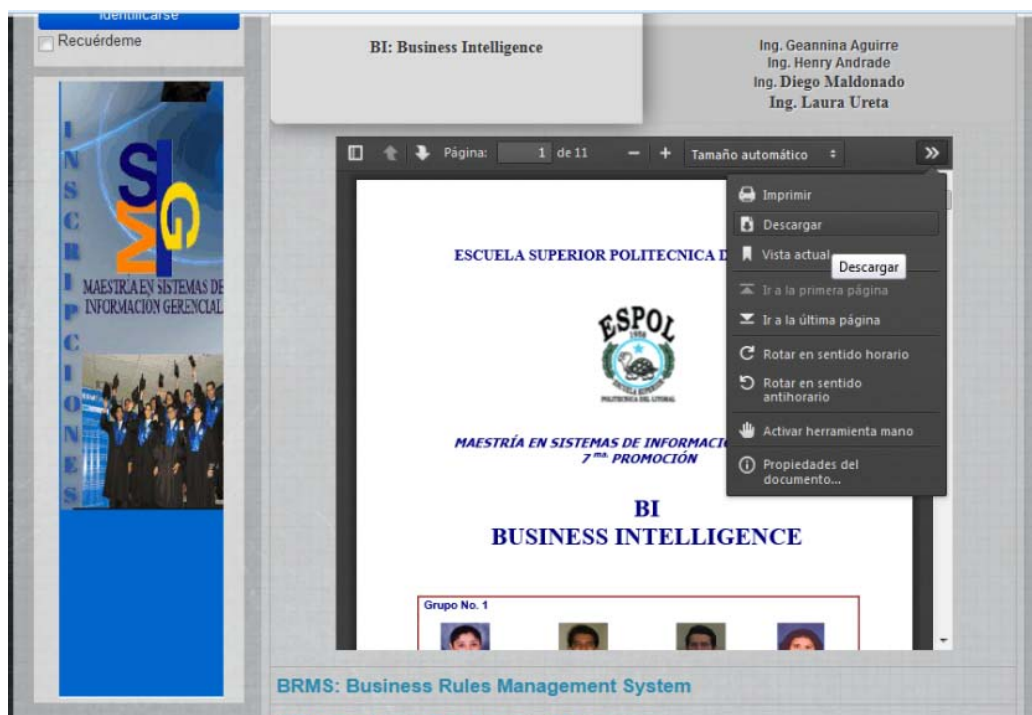


Figura 3.11 Vista Aplicada de Enbed PDF

3.2.4 Módulo De Menú (Ari Ext Menu)

A continuación en la Figura 3.12 se muestra el modulo instalado en Joomla.



Figura 3.12 Módulo Ari Ext Menu

Se procede a indicar la posición del menú con su orientación en el sitio web, tal como se visualiza en la Figura 3.13.

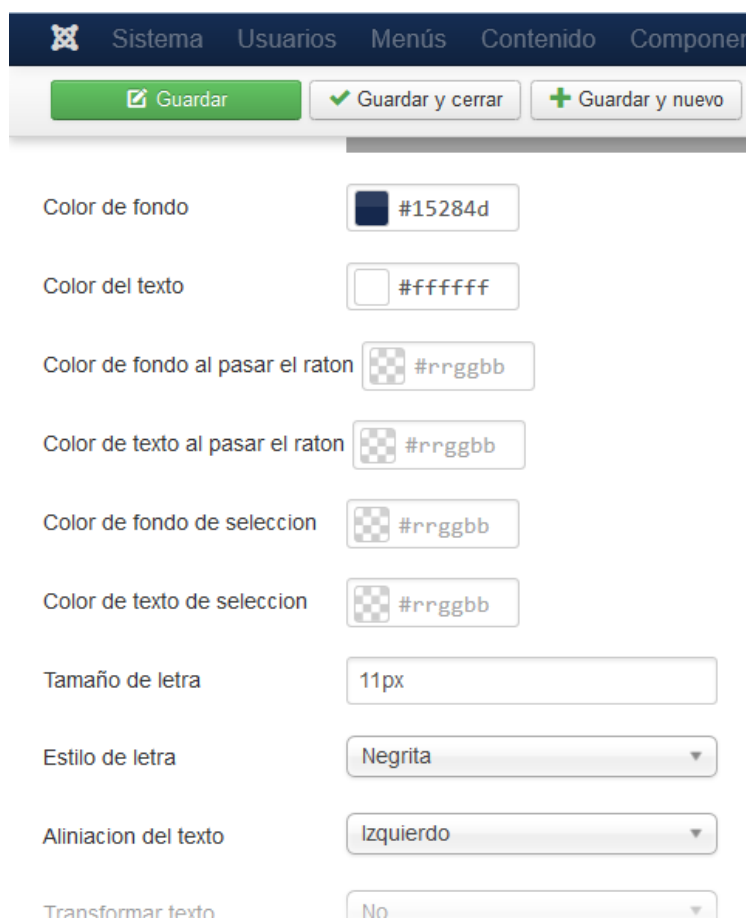
The screenshot shows the configuration page for the ARI Ext Menu module. The top bar has buttons: 'Guardar', 'Guardar y cerrar', 'Guardar y nuevo', 'Guardar como copia', and 'Cerrar'. The configuration fields are:

- Nombre del menú: Menu Principal
- Dirección del Menú: Horizontal
- Nivel de inicio: 1
- Nivel Final: 3
- Mostrar solo submenu activo: No
- Resaltar opcion actual de menu: Sí
- Módulo Sufijo de clase: (empty)
- Cargar Biblioteca ExtJS: Sí
- Cargar método: Lista DOM

 A blue bar labeled 'Parametros del sistema' is positioned above the last three fields.

Figura 3.13 Configuración previa de Ari Ext Menu

Y así continuar configurando el color de menú, tipo de letra y tamaño de esta, tal como se enseña en la Figura 3.14.



Color de fondo	<input type="color" value="#15284d"/>
Color del texto	<input type="color" value="#ffffff"/>
Color de fondo al pasar el raton	<input type="checkbox"/> #rrggbb
Color de texto al pasar el raton	<input type="checkbox"/> #rrggbb
Color de fondo de seleccion	<input type="checkbox"/> #rrggbb
Color de texto de seleccion	<input type="checkbox"/> #rrggbb
Tamaño de letra	<input type="text" value="11px"/>
Estilo de letra	<input type="text" value="Negrita"/>
Aliniacion del texto	<input type="text" value="Izquierdo"/>
Transformar texto	<input type="text" value="No"/>

Figura 3.14 Configuración de Ari Ext Menu

3.2.5 Plugin Sistema – Filtrar Idiomas

Primero se debe instalar los distintos paquetes de idiomas en los que se va a presentar la página, tal como se presenta en la Figura 3.15.

The screenshot shows the Joomla! Language Manager interface for installed languages. It includes a sidebar with navigation options like 'Predeterminado', 'Instalar idioma', 'Ayuda', and 'Ayu'. The main content area displays a table of installed languages.

Idioma	Etiqueta del idioma	Localización	Predeterminado	Versión	Fecha	Autor	Correo elec autor
English (United Kingdom)	en-GB	Sitio	<input type="checkbox"/>	3.3.1	2013-03-07	Joomla! Project	admin@joon
Spanish (ES)	es-ES	Sitio	<input checked="" type="checkbox"/>	3.3.4.1	2014-9-28	Spanish Translation Team: Comunidad Joomla	info@comun

Figura 3.15 Idiomas Instalados

Se debe crear los contenidos de los distintos idiomas en los que se va a presentar la página, como se muestra en la Figura 3.16.

The screenshot shows the Joomla! Language Manager interface for content languages. It includes a sidebar with navigation options like 'Nuevo', 'Editar', 'Publicar', 'Despublicar', 'Papelera', 'Instalar idioma', 'Ayuda', 'Ayu', and 'Opciones'. The main content area displays a table of content languages.

Estado	Título	Título nativo	Etiqueta del idioma	Código URL del idioma	Prefijo de la imagen	Acceso	Inicio	ID
<input checked="" type="checkbox"/>	Español (ES)	Español (ES)	es-ES	es	es	Public	Sí	2
<input checked="" type="checkbox"/>	English (UK)	English (UK)	en-GB	en	en	Public	Sí	1

Figura 3.16 Idiomas del Contenido

Para poder hacer funcionar la opción de multi-idiomas se debe habilitar un plugin que se llama “Sistema – Filtrar idiomas”, como se observa en la Figura 3.17.

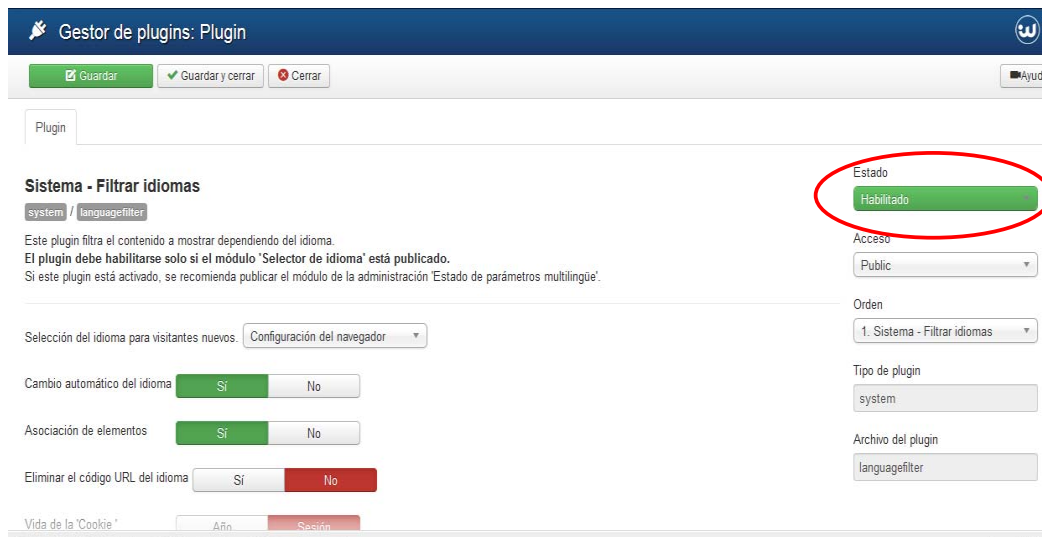


Figura 3.17 Plugin Sistema - Filtrar Idiomas

Para finalizar se debe crear un módulo del tipo “Selector de Idiomas”, con el que aparecerán los distintos idiomas en el sitio web, como se enseña en la Figura 3.18.



Figura 3.18 Módulo Selector de Idioma

3.3 CONTENIDO DEL SITIO WEB

Para acceder al sitio web se deberá ingresar a la página:
www.espolmsig.com

El sitio web se encuentra dividido en dos partes principales:



Figura 3.19 Sitio Web espolmsig.com. Donde la parte (A) es la cabecera y la parte (B) es el detalle

Dentro de la cabecera se encuentran varias opciones entre las que están:

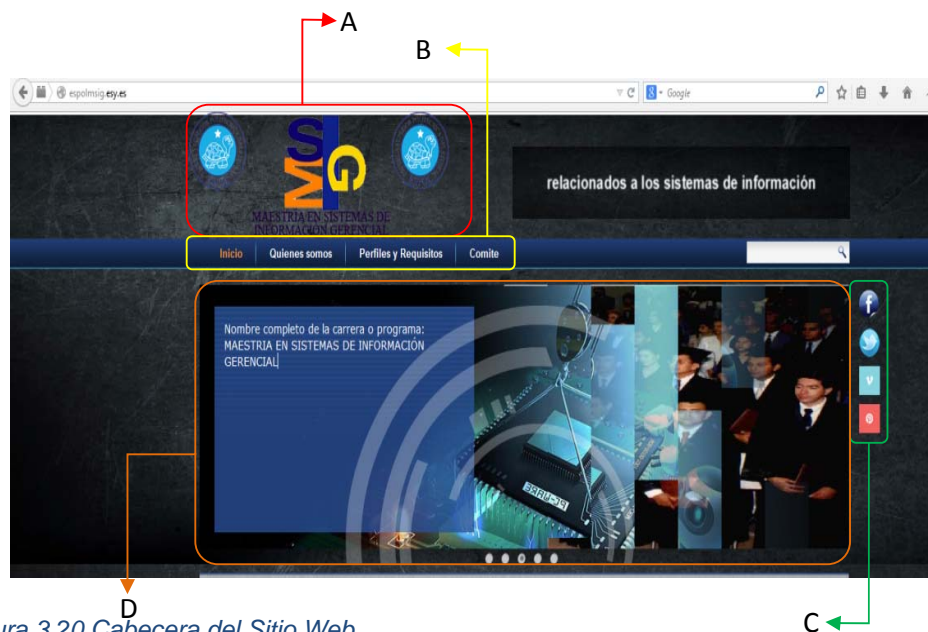


Figura 3.20 Cabecera del Sitio Web

Los elementos que se encuentran dentro de la cabecera del sitio web, como se muestran en la Figura 32, son los siguientes:

	Funciones
A	Logo de la Maestría que sirve para ir a la página de inicio desde cualquier otra página dentro del sitio web
B	El Menú Principal, que cuenta con las opciones para ir a las páginas principales y de interés general del sitio web.
C	Acceso a las Redes Sociales, entre las cuales se brindan links a las principales redes pertenecientes a la Universidad.
D	Banner con información y fotos de eventos de la maestría y afines

Dentro del cuerpo se encuentra la información de uso público para personas que deseen conocer más sobre el programa de la maestría y su información general, como se presenta en la Figura 3.21.



Figura 3.21 Cuerpo del Sitio Web

Los elementos que se encuentran dentro del cuerpo del sitio web, como se muestran en la Figura 3.21, son los siguientes:

	Funciones
A	Permite seleccionar el idioma en el que se presentara las opciones del sitio web.
B	Permite ingresar al sitio web con un usuario, con el cual se presentaran las opciones de acuerdo a los perfiles
C	Se mostraran los artículos que variaran dependiendo de las opciones del menú que se seleccionen.
D	Banner de información con las últimas noticias y novedades de la maestría.

3.4 MAPA DEL SITIO

El mapa del sitio web es el siguiente:

- ❖ Inicio
- ❖ Quienes somos
 - Conócenos
 - Objetivos
 - Instalaciones
- ❖ Perfiles y requisitos
 - Perfil del Aspirante
 - Requisitos de ingreso
 - Perfil Profesional
- ❖ Comité
- ❖ Testimonios
- ❖ Tesis
 - VI Promoción
 - VII Promoción
 - VIII Promoción
- ❖ Descargas
 - VII Promoción
 - IX Promoción
- ❖ Contáctenos

3.4.1 Opción Inicio

Esta opción permite acceder a la pantalla principal del sitio web, en donde se encuentran los artículos que han sido marcados como destacados. Se puede visualizar un ejemplo en el Anexo N° 2.

3.4.2 Opción Quienes somos

Esta opción permite acceder a la página de Quienes somos del sitio web, en donde estarán los artículos que brindan información acerca de la maestría. Puede apreciarse un ejemplo en el Anexo N° 3.

3.4.3 Opción Perfiles y Requisitos

Esta opción permite acceder a la página de Perfiles y requisitos del sitio web, en donde encontrarán los artículos en donde se indicaran los distintos perfiles y requisitos que se requieran para registrarse en la maestría. Puede visualizarse un ejemplo en el Anexo N° 4.

3.4.4 Opción Comité

Esta opción permite visualizar los miembros del comité y el coordinador de la maestría. Se puede visualizar un ejemplo en el Anexo N° 5.

3.4.5 Opción Testimonios

Esta opción permite visualizar los testimonios de profesores y estudiantes que han o aún toman la maestría. Se puede observar un ejemplo en el Anexo N° 6.

3.4.6 Opción Tesis

Esta opción permite visualizar los distintos temas de tesis de las anteriores promociones que salieron de la maestría. Puede apreciarse un ejemplo en el Anexo N° 7.

3.4.7 Opción Descargas

Esta opción permite visualizar y descargar los documentos de tesis de las anteriores promociones que salieron de la maestría como se muestra en el ejemplo del Anexo N° 8.

3.4.8 Opción Contáctenos

Esta opción permite visualizar un formulario para que pueda ser llenado y enviado a los usuarios designados, para que se mantengan en constante contacto. Se puede visualizar un ejemplo en el Anexo N° 9.

3.5 GOOGLE ANALYTICS

Se utiliza Google Analytics para realizar la analítica web, obtener información del comportamiento de los usuarios en el sitio web, tener un mejor control de visitas y poder conocer que información les interesa a los usuarios. El sitio web contiene un código generado por Google Analytics que permite a través de una cuenta Google hacer un seguimiento del sitio web.

Para empezar se activaran las opciones, como se observa en la Figura 3.22.

The screenshot shows the Google Analytics interface. The main heading is "Demographics and Interest Reports". A red circle highlights the "Enable" button. Below the button, there is a paragraph explaining that Advertiser Features include Demographics and Interest reporting, Remarketing, GDN Impression Reporting, and the DoubleClick Campaign Manager integration. A list of bullet points follows, detailing the benefits and limitations of these reports. To the right, a bar chart titled "Age" shows the percentage of total sessions for six age groups: 18-24 (27.50%), 25-34 (33.50%), 35-44 (15.50%), 45-54 (12.50%), 55-64 (5.50%), and 65+ (5.50%).

Age Group	Percentage of Total Sessions
18-24	27.50%
25-34	33.50%
35-44	15.50%
45-54	12.50%
55-64	5.50%
65+	5.50%

Figura 3.22 Activación de Google Analytics

Una vez activadas las opciones la herramienta empezara a recopilar la información de los usuarios del sitio como su edad, género, intereses, demografía, entre otras, la cual se ira almacenando en los servidores de Google y a las que se podrá tener acceso desde una cuenta Google.

Google Analytics no solo le permite medir las ventas y las conversiones, sino que también le ofrece información sobre cómo los

visitantes utilizan su sitio, cómo han llegado a él y qué puede hacer para que sigan visitándolo. [21]

Entre las herramientas con las que cuenta Google Analytics están:

- ❖ Opción Cuadros de Mando (Dashboard)
- ❖ Opción Accesos directos (Shortcuts)
- ❖ Opción Inteligencia Eventos (Intelligence Events)
- ❖ Opción Tiempo Real (Real Time)
- ❖ Opción Audiencia (Audience)
- ❖ Opción Adquisición (Acquisition)
- ❖ Opción Comportamiento (Behavior)
- ❖ Opción Conversiones (Conversions)

Con el objetivo de utilizar las herramientas de mayor beneficio en el sitio web de la maestría se revisarán sus usos y funciones, debido a que ciertas herramientas no aplican en la propuesta.

3.5.1 Opción Mi Cuadro de Mando (My Dashboard)

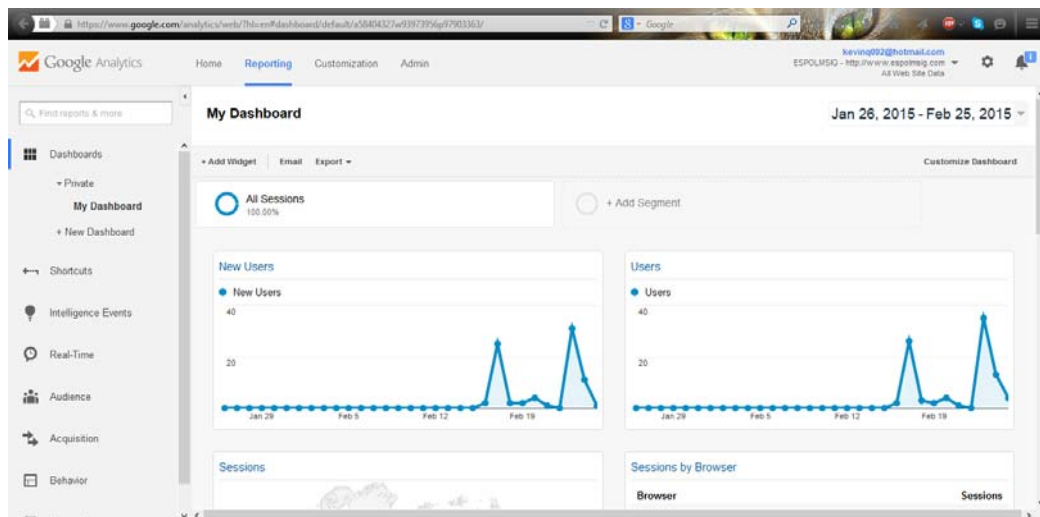


Figura 3.23 Cuadro de Mando

En la Opción Cuadros de Mando se encuentra la opción Mi Cuadro de Mando como se observa en la Figura 3.23, esta opción muestra un resumen de todas las actividades que ha tenido el sitio web al que se le está dando seguimiento para poder tener una visión macro de lo que ocurre en el sitio web, con graficas como las del ejemplo de nuevos usuarios conectados, usuarios, cantidad de sesiones iniciadas, exploradores usados para acceder al sitio web, entre otras.

3.5.2 Opción Tiempo Real (Time Real)

Esta opción muestra en tiempo real cuantas personas están revisando la página, de donde son, en que página del sitio se encuentran, lo que permite conocer la interacción de los usuarios con el sitio web, como se puede observar en la Figura 3.24 están tres usuarios revisando el sitio web e indica que son de Ecuador y en la Figura 3.25 muestra que hay 2 usuarios revisando el sitio web, uno desde una Tablet y el otro desde una máquina de escritorio, se logra observar también en que página del sitio web se encuentran los usuarios .

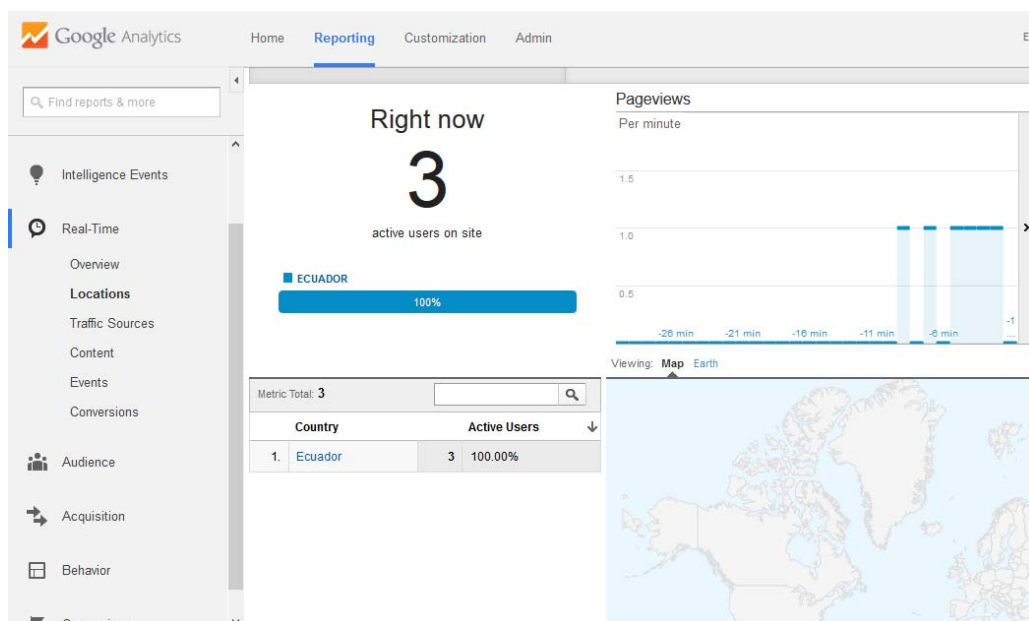


Figura 3.24 Tiempo Real

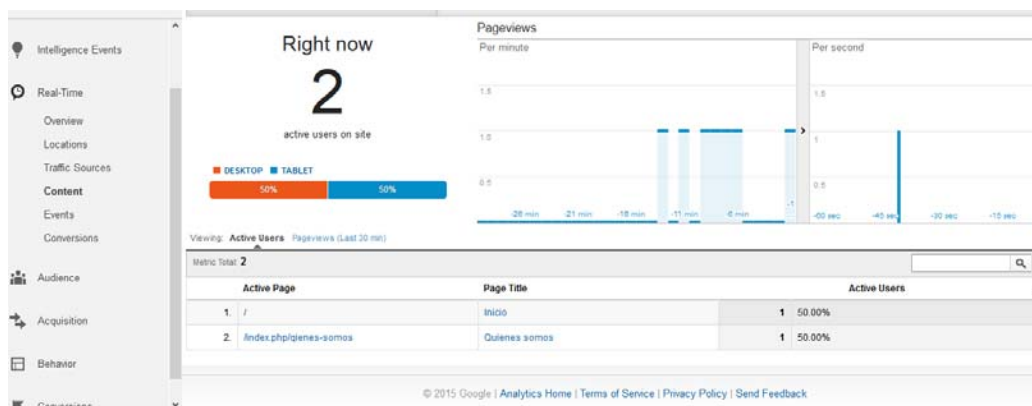


Figura 3.25 Tiempo Real II

3.5.3 Opción Audiencia (Audience)

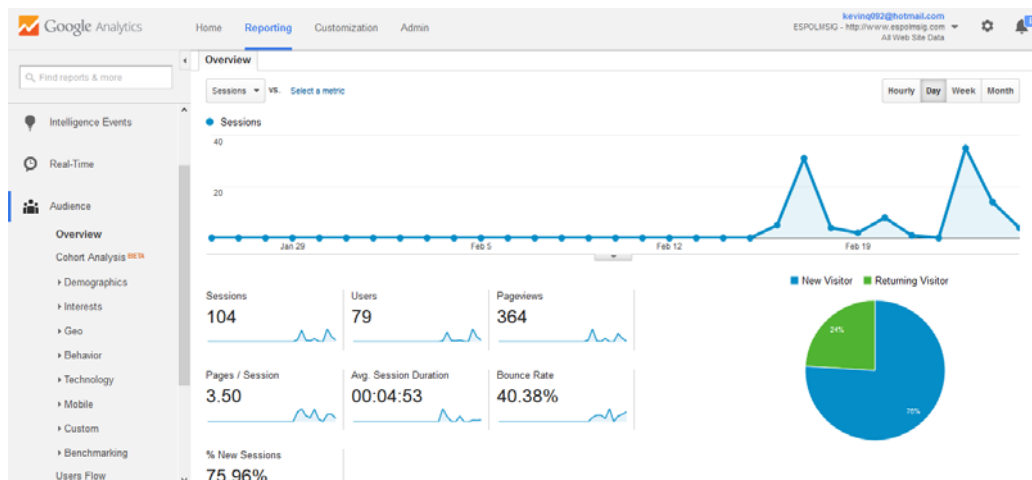


Figura 3.26 Audiencia

Esta opción será la de mayor uso puesto que muestra la información de mayor interés, que es la cantidad de usuarios que han

visitado el sitio web, si los usuarios son nuevos o frecuentes, los usuarios frecuentes son los que han visitado por varias ocasiones el sitio web y son estos los que más probabilidad tengan de mostrar interés en el contenido del sitio sobre la maestría, como se visualiza en la Figura 3.26.

3.5.4 Opción Localización (Location)

Country	Acquisition		Behavior				Conversions	
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Cost per Conversion
	104	75.96%	79	40.38%	3.50	00:04:53	0.00%	
1. Ecuador	81 (81.38%)	78.02%	71 (88.01%)	41.78%	3.83	00:06:18	0.00%	0 (0.00%)
2. United States	19 (18.62%)	80.00%	5 (26.32%)	40.00%	2.30	00:01:13	0.00%	0 (0.00%)
3. Germany	1 (1.36%)	100.00%	1 (1.27%)	0.00%	15.00	00:09:21	0.00%	0 (0.00%)
4. Spain	1 (1.36%)	100.00%	1 (1.27%)	0.00%	3.00	00:01:11	0.00%	0 (0.00%)
5. India	1 (1.36%)	100.00%	1 (1.27%)	0.00%	2.00	00:00:44	0.00%	0 (0.00%)

Figura 3.27 Localización

Con la opción Localización se consigue conocer cuántas sesiones se han iniciado, como se ve en la Figura 3.27, de qué países se ha accedido al sitio web y por cuanto tiempo, esto permite por ejemplo conocer si el sitio necesita tener conversión a los idiomas de los países que visitan el sitio web.

3.5.5 Opción Nuevo vs Frecuente (New vs Returning)

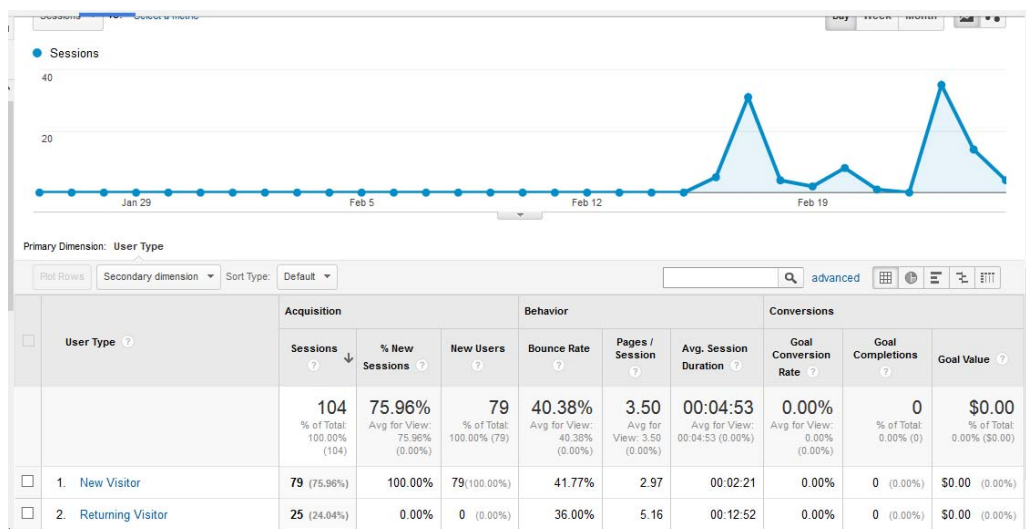


Figura 3.28 New vs Returning

La opción Nuevo vs Frecuente permite conocer si son nuevos usuarios o usuarios frecuentes los que ingresan al sitio web, entre más visitas frecuentes se tenga será mejor porque demuestra interés por los usuarios en el sitio y la probabilidad que lo haga para tomar la maestría aumenta, como se presenta en la Figura 3.28.

3.5.6 Opción Explorador y Sistema Operativo (Browser & SO)

The screenshot shows the Google Analytics Reporting interface. The main content area displays a table with columns for Acquisition, Behavior, and Conversions. The table is filtered by 'Browser' and shows data for various browsers including Chrome, Firefox, Android Browser, Internet Explorer, Safari, Safari (in-app), Opera, and Opera Mini. The table includes metrics such as Sessions, % New Sessions, New Users, Bounce Rate, Pages / Session, Avg. Session Duration, Goal Conversion Rate, Goal Completions, and Goal Value.

	Acquisition			Behavior			Conversions		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Goal Completions	Goal Value
Browser	104	75.96%	79	40.38%	3.50	00:04:53	0.00%	0	\$0.00
	% of Total 100.00% (104)	Avg for View: 75.96% (0.00%)	% of Total 100.00% (79)	Avg for View: 40.38% (0.00%)	Avg for View: 3.50 (0.00%)	Avg for View: 00:04:53 (0.00%)	Avg for View: 0.00% (0.00%)	% of Total 0.00% (0)	% of Total 0.00% (\$0.00)
1 Chrome	60 (57.69%)	85.00%	51 (64.56%)	35.00%	2.98	00:01:56	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
2 Firefox	32 (30.77%)	50.00%	16 (20.25%)	43.75%	5.09	00:12:06	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
3 Android Browser	4 (3.85%)	100.00%	4 (5.06%)	75.00%	2.25	00:00:21	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
4 Internet Explorer	2 (1.92%)	100.00%	2 (2.53%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
5 Safari	2 (1.92%)	100.00%	2 (2.53%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
6 Safari (in-app)	2 (1.92%)	100.00%	2 (2.53%)	0.00%	2.50	00:00:53	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
7 Opera	1 (0.96%)	100.00%	1 (1.27%)	0.00%	2.00	00:00:49	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
8 Opera Mini	1 (0.96%)	100.00%	1 (1.27%)	0.00%	2.00	00:00:44	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)

Figura 3.29 Browser & SO

La opción Explorador y SO muestra la estadística de visitas de que Sistemas Operativos y Exploradores se han usado para visitar el sitio web, como se muestra en la Figura 3.29, en consecuencia permite conocer y mejorar el sitio para que se adapte mejor a todos los usados puesto que el sitio web se podría estar viendo distinto en cada explorador.

3.5.7 Opción Dispositivo (Device)

Device Category	Acquisition			Behavior			Conversions		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Goal Completions	Goal Value
	104	75.96%	79	40.38%	3.50	00:04:53	0.00%	0	\$0.00
	<small>100.00% (104)</small>	<small>75.96% (0.00%)</small>	<small>100.00% (79)</small>	<small>40.38% (0.00%)</small>	<small>3.50 (0.00%)</small>	<small>00:04:53 (0.00%)</small>	<small>0.00% (0.00%)</small>	<small>0 (0.00%)</small>	<small>\$0.00 (0.00%)</small>
1. desktop	78 (75.00%)	74.36%	58 (73.42%)	43.59%	3.64	00:06:03	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
2. mobile	24 (23.08%)	79.17%	19 (24.05%)	29.17%	3.17	00:01:28	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
3. tablet	2 (1.92%)	100.00%	2 (2.53%)	50.00%	2.00	00:00:40	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)

© 2015 Google | Analytics Home | Terms of Service | Privacy Policy | Send Feedback

Figura 3.30 Device

Google Analytics incluso permite conocer si el sitio web ha sido visitado desde una computadora, un celular o una Tablet, como se observa en la Figura 3.30 y dentro de los dispositivos conocer el modelo con el que se revisó el sitio web, lo que ayuda a tener una idea de los diferentes tamaños de pantalla en los que se visualiza el sitio web como se ve en la Figura 3.31.

Acquisition		Behavior			Conversions				
Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Goal Completions	Goal Value	
26	80.77%	21	30.77%	3.08	00:01:24	0.00%	0	\$0.00	
<small>% of Total: 25.00% (104)</small>		<small>% of Total: 26.58% (79)</small>		<small>Avg for View: 40.38% (-23.81%)</small>		<small>% of Total: 0.00% (0)</small>			
<small>Avg for View: 75.96% (8.33%)</small>		<small>Avg for View: 40.38% (-23.81%)</small>		<small>Avg for View: 00:04:53 (-71.34%)</small>		<small>% of Total: 0.00% (\$0.00)</small>			
1. Kyocera C6522N Hydro XTRM	4 (15.38%)	25.00%	1 (4.76%)	50.00%	2.75	00:02:08	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
2. Samsung GT-I9195 Galaxy S4 Mini	3 (11.54%)	66.67%	2 (9.52%)	33.33%	6.33	00:03:21	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
3. Sony C6903 Xperia Z1	3 (11.54%)	66.67%	2 (9.52%)	0.00%	3.67	00:01:43	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
4. Apple iPhone	2 (7.69%)	100.00%	2 (9.52%)	0.00%	2.00	00:00:36	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
5. Samsung GT-I9500 Galaxy S IV	2 (7.69%)	100.00%	2 (9.52%)	0.00%	2.00	00:01:19	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
6. Apple iPad	1 (3.85%)	100.00%	1 (4.76%)	0.00%	3.00	00:01:19	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
7. Huawei Y300 Ascend Y 300	1 (3.85%)	100.00%	1 (4.76%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
8. LG D855 G3	1 (3.85%)	100.00%	1 (4.76%)	0.00%	2.00	00:00:23	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
9. LG P714 Optimus L7X	1 (3.85%)	100.00%	1 (4.76%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
10. Samsung GT-I9060L Galaxy Grand Neo	1 (3.85%)	100.00%	1 (4.76%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)

Figura 3.31 Mobile device

3.5.8 Opción Flujo de Usuario (User Flow)

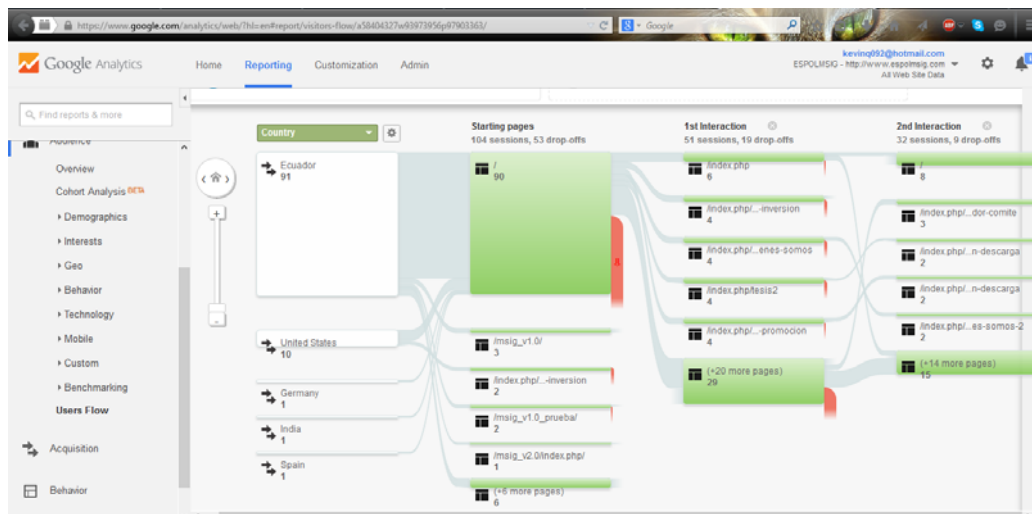


Figura 3.32 User Flow

La opción Flujo de Usuario sin embargo será una de las opciones que más ayudara a hacer funcional el sitio web, esto porque muestra la interacción que tiene el usuario en el sitio web, que página visita primero y en qué orden recorre las páginas del sitio web, como se ve en la Figura 3.32.

CAPÍTULO 4

4. IMPLEMENTACIÓN

4.1 PERFILES

El sitio web cuenta con diversos perfiles, los cuales dan distintos accesos a diversas acciones que se podrán realizar dentro del mismo.

Los distintos perfiles que contendrá el sitio son:

4.1.1 Perfil Administrador

Permite administrar todas las opciones del sitio, y darle permiso a las opciones de los demás perfiles.

4.1.2 Perfil Publicador

Permite publicar, crear, editar los artículos que se mostraran en el sitio web.

4.1.3 Perfil Editor

Permite crear y editar los artículos que se presentaran en el sitio web.

4.1.4 Perfil Especial

Permite administrar, publicar, crear, editar los artículos que se mostraran en el sitio.

4.2 PLAN DE TRABAJO

El plan de trabajo del proyecto del sitio web consta desde la implementación hasta la capacitación de los usuarios que interactuarán con el sitio.

4.2.1 Implementación del Sitio Web

La implementación del proyecto del sitio web de la Maestría en Sistemas de Información General contará con diversas actividades que se deberán realizar en orden para que el proceso sea exitoso.

En la siguiente tabla se detallan las actividades a realizar para la implementación del sitio:

Tabla 2. Actividades para la Implementación

	Actividad	Nº de Días	Perfiles de Usuario
1	Instalación de Wamp Server	1	Desarrolladores
2	Configuración de Wamp Server	2	Desarrolladores
3	Implementación de la base de datos del sitio	2	Desarrolladores
4	Implementación del sitio web	2	Desarrolladores
5	Configuración del sitio web	1	Desarrolladores
6	Pruebas del sitio web	2	Desarrolladores
7	Mantenimiento (Adaptación de extensiones)	5	Desarrolladores
	TOTAL	15	

Se puede visualizar un ejemplo en el Anexo 10.

4.2.2 Capacitación del Sitio Web

La capacitación a los usuarios que interactuarán con el sitio web se la realizara de acuerdo a los perfiles que tendrán los mismos.

En la siguiente tabla se detallan las actividades a realizar para la capacitación de los distintos usuarios:

Tabla 3. Actividades de Capacitación

	Actividad	Nº de Días	Perfiles de Usuario
1	Crear y editar artículos	2	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Editor ➤ Especial ➤ Publicador ➤ Administrador
2	Publicar artículos	1	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Especial ➤ Publicador ➤ Administrador
3	Administrar artículos	1	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Especial ➤ Administrador
4	Crear y otorgar permiso a los usuarios	1	Administrador
5	Administración de extensiones	5	Administrador
	TOTAL	10	

Puede visualizarse un ejemplo en el Anexo 11.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Luego del análisis de las herramientas que se utilizaron para el desarrollo del sitio web y del desarrollo del mismo se llega a las siguientes conclusiones:

1. En muchas ocasiones el éxito de un sitio web a parte de su contenido depende mucho de la interacción que le ofrezca al usuario y el fácil uso del sitio para conseguir información de interés.

2. Los usuarios no solo ven el contenido del sitio web, sino también la apariencia y usabilidad, por lo que se debe tener una buena estética.
3. Para lograr posicionar al sitio web existen varios métodos, pero entre los analizados está el seguir varios consejos que se pueden encontrar en internet y ayudan mucho, como por ejemplo usar nombres cortos y entendibles en las páginas.
4. Mostrar que el sitio se encuentra en constante actualización del contenido atrae la atención de los usuarios.

Recomendaciones

1. Revisar las estadísticas de Google Analytics sobre el sitio web mensualmente para tomar los correctivos necesarios, en caso de no tener un buen promedio de visitas durante este período o notar algún tipo de anomalía.
2. Mantener la información del sitio web actualizado según sea necesario.
3. Estar pendientes de actualizaciones de las herramientas tecnológicas utilizadas para poder sacarles el mayor provecho posible.

BIBLIOGRAFÍA

[1] Thompson, Arthur. Strickland, A.J., Conceptos y Técnicas de la Dirección y Administración Estratégicas, McGraw-Hill 1nd Ed, 1985

[2] What is Web CMS, aiim The Global Community of Information Professionals.

<http://www.aiim.org/What-is-Web-CMS-WCM-System-Content-Management>,
fecha de consulta marzo del 2015

[3] Graf Hagen, Graf Christine, Joomla! 2.5 Guía para principiantes, 2012

[4] Chardonneau Ronan, Google Analytics - Analice el tráfico de su sitio web para mejorar los resultados, ENI 2nd Ed, 2014

[5] Advanced Google Analytics, Joomla,

<http://extensions.joomla.org/extensions/site-management/analytics/site-analytics-google-based/23871>, 11 de marzo del 2015

[6] Wampserver, Wampserver.com, <http://www.wampserver.com/en/>, fecha de consulta marzo del 2015

[7] Bahit Eugenia, Curso: Python para principiantes, Safe Creative, 2012

[8] MySQL, Definición ABC,

<http://www.definicionabc.com/tecnologia/mysql.php>, fecha de consulta marzo del 2015

- [9] Álvarez Raúl, Gestión de extensiones en Joomla 2.5, Ayuda Joomla, <http://ayudajoomla.com/joomla/tutorial-joomla-2-5/588-gestion-de-extensiones-en-joomla-25.html>, fecha de consulta marzo del 2015
- [10] Extensiones, ladelec.com, <http://ladelec.com/preguntas-frecuentes/639-que-son-las-extensiones-en-un-cms-joomla>, fecha de consulta marzo del 2015
- [11] Componentes, ladelec.com, <http://ladelec.com/preguntas-frecuentes/639-que-son-las-extensiones-en-un-cms-joomla>, fecha de consulta marzo del 2015
- [12] Módulos, ladelec.com, <http://ladelec.com/preguntas-frecuentes/639-que-son-las-extensiones-en-un-cms-joomla>, fecha de consulta marzo del 2015
- [13] Plugins, ladelec.com, <http://ladelec.com/preguntas-frecuentes/639-que-son-las-extensiones-en-un-cms-joomla>, fecha de consulta marzo del 2015
- [14] Métodos de Posicionamiento, MarketInc, <http://www.emktinc.com/posicionamientoweb/>, fecha de consulta marzo del 2015
- [15] Guía para principiantes sobre optimización para motores de búsqueda, https://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/es-419/intl/es/webmasters/docs/guia_optimizacion_motores_busqueda.pdf, fecha de consulta marzo del 2015
- [16] Sql, Scribd, <http://es.scribd.com/doc/81384046/Definicion-de-SQL>, fecha de consulta marzo del 2015

[17] Garcia Ignacio, CRM, Gestion de relación con los clientes, Fundación Confemetal, 2001

[18] CRM, CRMespañol.com, <http://www.crmespanol.com/crmdefinicion.htm>, fecha de consulta marzo del 2015

[19] LLC, GoDaddy Operating Company, <https://www.godaddy.com/es/web-host?isc=goflla09&ci=92278>, fecha de consulta marzo del 2015

[20] Domains, Corporación de Internet para la Asignación de nombres y números de Dominios, <http://newgtlds.icann.org/en/applicants/customer-service/faqs/faqs-en>, fecha de consulta marzo del 2015

[21] Obtenga información relevante, Google Analytics, http://www.google.com/intl/es_ALL/analytics/features/index.html, fecha de consulta marzo del 2015

ANEXOS N°1

GLOSARIO

A.

Analítica Web: es una actividad de la inteligencia empresarial que permite obtener conclusiones, estrategias, o reglas de negocio en base al uso que tiene la página web de la organización.

Apache: es un servidor web HTTP de código abierto.

E.

Extranet: parte de la intranet de una organización que permite extenderse a usuarios fuera de la organización con accesos semiprivados.

F.

Frontend: se refiere a la parte del sitio web que visualizan los usuarios.

G.

Google Analytics: es una herramienta de analítica web de Google, ofrece información del tráfico de los sitios web, la audiencia, la adquisición, el comportamiento y las conversiones dentro del sitio web.

I.

Intranet: es una red privada, comúnmente usada dentro de empresas para compartir información o periféricos entre los empleados.

S.

Sistema de Gestión de Contenido: programa informático que permite crear y administrar el contenido principalmente de páginas web por parte de administradores, editores, participantes y usuarios.

Sistemas Proprietarios: programa informático que tiene prohibida su modificación o redistribución sin el permiso del dueño del sistema.

Sitio Web Dinámico: es un sitio web que tiene cambios frecuentes en su información, el sitio web se carga desde el servidor al recibir una petición del usuario lo que permite mostrar actualizaciones al instante.

P.

Páginas Estáticas: son páginas web informativas, orientadas a mostrar información permanente, donde la navegación solo permite obtener dicha información sin poder interactuar con la página visitada.

ANEXOS N°2

ENCUESTA A ESTUDIANTES Y PROFESIONALES DEL ÁREA DE GUAYAQUIL

Sexo: Masculino Femenino

Edad: _____

- 1) **¿Cuál es el navegador que utiliza con mayor frecuencia?**
 - a) Google Chrome
 - b) Firefox
 - c) Internet Explorer

- 2) **¿Qué dispositivos usa con mayor frecuencia para navegar por internet?**
 - a) Tablet
 - b) Celular
 - c) Laptop / PC

- 3) **¿Le gustaría que el sitio web contenga múltiples idiomas?**
 - a) Si
 - b) No

- 4) **¿Le gustaría registrarse en una página web para obtener más información?**
 - a) Si
 - b) No

- 5) **¿Qué información busca frecuentemente en el sitio web de una maestría?**
 - a) Seminarios
 - b) Precios de la maestría
 - c) Información de las materias de la maestría

- 6) ¿Le gustaría que el sitio web con información de una maestría tenga documentos para descargar directamente?**
- a) Si
 - b) No
- 7) ¿Con que frecuencia visita Ud. sitios web de maestrías?**
- a) Diario
 - b) Semanal
 - c) Mensual
 - d) Anual
- 8) ¿Cuál es la red social que Ud. usa con mayor frecuencia?**
- a) Facebook
 - b) Twitter
 - c) Vimeo
- 9) ¿Le gustaría que los sitios web de las maestrías muestren noticias adicionales referentes al contenido de las maestrías?**
- a) Si
 - b) No
- 10) ¿De qué forma Ud. Se entera de sitio web de maestrías?**
- a) Buscadores
 - b) Otras páginas web
 - c) Conocidos
 - d) Otras referencias

ANEXOS N°3

OPCIÓN INICIO

Relacionados a los sistemas de información

Inicio Cursos e cursos Perfiles y Requisitos Comite Testimonios Temas Descargas Contactenos

Nombre completo de la carrera o programa:

Nombre de us Contraseña [Identificarse](#)

MSIG

Nombre completo de la carrera o programa: MAESTRIA EN SISTEMAS DE INFORMACION GERENCIAL

Título que otorga la carrera o programa : MAGISTER EN SISTEMAS DE INFORMACION GERENCIAL

Nivel de formación : MAESTRIA PROFESIONALIZANTE

Modalidad de estudio: SEMIPRESENCIAL

[Leer más: MSIG](#)

Programa

Programa de estudio

El Programa de la Maestría en Sistemas de Información Gerencial (MSIG) combina la enseñanza de las ciencias de la Administración, con los conocimientos en el área de la Informática

Inversión

MSIG - Inversión

El costo del Programa es de USD \$3.000. Incluye: matrícula, registros y derechos para utilizar las facilidades de la ESPOL, como la biblioteca, estacionamiento y canchas deportivas.

ANEXOS N°4

OPCIÓN QUIENES SOMOS

MAESTRIA EN SISTEMAS DE INFORMACION GERENCIAL

Inicio Quiéramos saber Partidos y Requisitos Comité Testimonios Fieles Descargas Contactenos

Titulo que otorga la carrera o programa: MAGISTER EN SISTEMAS DE INFORMACION GERENCIAL

Nombre de us Contraseña [Identificarse](#)

Conocenos

Es muy placentero para nuestra institución hacerles conocer nuestra propuesta a nivel de Postgrado en la ESPOL.

El programa nació en el año 1995, por los esfuerzos conjuntos de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) con la Universidad de Québec en Montreal (UQAM), a través de la Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación (FIEC) y la Escuela de Postgrado en Administración de Empresas (ESPAE), para cubrir las principales necesidades y vectores, tanto del tipo tecnológico como administrativo.

Objetivos

Este programa busca preparar y formar profesionales de alto nivel, competentes para aplicar y administrar las tecnologías de información en las empresas utilizando como herramientas del proceso de aprendizaje, el conocimiento y la amplia experiencia de docentes con título profesional de cuarto nivel en el área de pertinencia, en conjunto con información científica actualizada y la utilización de laboratorios portátiles.

[Leer más: Objetivos](#)

Instalaciones

La Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) es un centro estatal de educación superior, fundado en Guayaquil, y que sirve al país desde Octubre de 1958.

La ESPOL cuenta con varios Campus, destacándose el Campus Gustavo Galindo, ubicado en el Km. 30.5 de la vía Perimetral, y el Campus Las Peñas, ubicado junto al antiguo barrio del mismo nombre (sector donde la ciudad fue fundada) y muy cercano al centro de la actividad bancaria y comercial de la ciudad.

[Leer más: Instalaciones](#)

ANEXOS N°5

OPCIÓN PERFILES Y REQUISITOS

The screenshot displays the website interface for the Master's in Information Systems Management (MSG). The header includes the program name and a navigation menu with options: Inicio, Quiénes somos, Perfiles y Requisitos, Comite, Estudiantes, Fines, Descargas, and Contacto. A search bar is also present.

The main content area is titled "Perfiles y Requisitos" and features a large background image of a computer chip and a globe. A sidebar on the left contains a vertical list of letters (P, R, O, T, O, L, I, N, C, I, A, S, M, S, G) and a photo of a woman holding a certificate.

The "Perfiles y Requisitos" section is divided into three main areas:

- Perfil del Aspirante:** This section includes a globe icon and text describing the program's target audience: professionals of third level in IT, computer science, and telematics. It also lists requirements for students, such as recent graduates in related fields or those seeking specialization. A "Leer más: Perfil del Aspirante" link is provided.
- Requisitos de Ingreso:** This section features a title "Requisitos de Inscripción" and an illustration of people holding certificates. It specifies that applicants must have a certified professional title of Third Level in Engineering or Licenciatura in related areas.
- Perfil Profesional:** This section includes an illustration of a person climbing a staircase and states that upon completion of the master's, participants will be in a professional position.

ANEXOS N°6

OPCIÓN COMITÉ

Relacionados a los sistemas de información


Inicio Quiénes somos Perfil y Requisitos Comité Testimonios Tesis Descargas Contacto

Titulo que otorga la carrera o programa: **MAGISTER EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL**

Nombre de us | Contraseña | **Identificarse**

Coordinador y Comité Académico

COORDINADOR

APELLIDOS Y NOMBRE S	Freire Cobo Lenin Eduardo	
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	0910339878	
NOMBRE DEL TÍTULO DE TERCER NIVEL	Ingeniería en Electricidad Especialización Computación	
MAXIMO TÍTULO DE CUARTO NIVEL	Magister en Sistemas de Información Gerencial	
TIEMPO DE DEDICACIÓN SEMANAL A LA CARRERA O PROGRAMA	20 Horas	
TIPO DE RELACIÓN CONTRACTUAL	Nombramiento (Tiempo Completo)	

COMITE

MIEMBRO #1 | **MIEMBRO #2** | MIEMBRO #3

APELLIDOS Y NOMBRE S	Monsalve Arteaga Carlos Teodoro	
NÚMERO DE CÉDULA DE IDENTIDAD	0909187148	
NOMBRE DEL TÍTULO DE TERCER NIVEL	Ingeniero en Computación	
NOMBRE DEL TÍTULO DE CUARTO NIVEL	Doctor en Ingeniería de Software	
CARGO	Miembro del comité	
TIPO DE RELACIÓN CONTRACTUAL	Nombramiento (Tiempo Completo)	

ANEXOS N°7


OPCIÓN TESTIMONIOS

Formación de alto nivel

MAESTRIA EN SISTEMAS DE INFORMACION GERENCIAL

Inicio Quiénes somos Perfiles y Requisitos Comité Testimonios Tesis Descargas Contactenos

Nombre completo de la carrera o programa:
MAESTRIA EN SISTEMAS DE INFORMACION GERENCIAL

Nombre de usuario Contraseña 

Testimonios

A continuación los testimonios de estudiantes y profesores que han cursado la maestría

Ing. Robert Andrade, MSIG

Gerente Comercial, DISOL ECUATORIANA.

"Los conocimientos que obtuve en la Maestría me dieron la oportunidad de formarme como un profesional capaz de traducir las necesidades de la organización para el cual laboro, desempeñandome en especialmente en Sistemas de Información la cuales tiene como objetivo apoyar a la toma de decisiones y a la administración eficiente de la misma. Recomiendo este programa a todo profesional que realmente desee superarse y hacerle frente a los retos del siglo XXI."

Ing. Orly Carvache, MSIG

Ing. Néstor Arreaga, MSIG

Ing. Iván Cabrera, MSIG

ANEXOS N°8

OPCIÓN TESIS

The screenshot displays the website for the Master's in Management Information Systems (MSG) at the University of Zaragoza. The header includes the university's logo and the program name: "MAESTRIA EN SISTEMAS DE INFORMACION GERENCIAL". The navigation menu contains links for "Inicio", "Quienes somos", "Perfiles y Requisitos", "Comite", "Testimonios", "Tesis", "Descargas", and "Contactenos". A search bar is located on the right side of the menu.

The main content area features a large banner image showing a group of people in a formal setting. A dropdown menu is open over the banner, listing "VI Promoción", "VII Promoción", and "VIII Promoción". Below the banner is a login section with fields for "Nombre de usu" and "Contraseña", and a "Identificarse" button. There are also flags for Spanish and English.

The bottom section is divided into three columns, each representing a different promotion:

- VI Promoción:** "Estos son algunos de los temas que se encuentran en desarrollo o ya culminaron en la promoción VI." [Leer más: VI Promoción](#)
- VII Promoción:** "Estos son algunos de los temas que se encuentran en desarrollo o ya culminaron en la promoción VII." [Leer más: VII Promoción](#)
- VIII Promoción:** "Estos son algunos de los temas que se encuentran en desarrollo o ya culminaron en la promoción VIII." [Leer más: VIII Promoción](#)

ANEXOS N°9

OPCIÓN DESCARGAS

The image shows a screenshot of a website for the 'MAESTRÍA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL'. The header features the program's logo and name. A navigation menu includes 'Inicio', 'Quienes somos', 'Perfiles y Requisitos', 'Comite', 'Testimonios', 'Tesis', 'Descargas', and 'Contactenos'. A search bar is located to the right of the menu. Below the menu, there is a large banner image of a woman in a white dress sitting on a chair, with a semi-transparent blue box overlaid on the left containing the text 'Arancel promedio (ponderado) cobr'. A dropdown menu is open over the 'Descargas' link, showing 'VII Promoción' and 'IX Promoción'. Below the banner, there is a login section with fields for 'Nombre de usu' and 'Contraseña', and a blue 'Identificarse' button. To the right of the login fields are flags for Spain and the United Kingdom. Below the login section, there is a section titled 'VII Promoción' with a small image of a woman holding a certificate and the text 'Estos son algunos de los trabajos que se realizaron en la promoción VII'. A blue button labeled 'Leer más: VII Promoción' is positioned below the text.

ANEXOS N°10

OPCIÓN CONTACTENOS

The screenshot shows the 'CONTACTENOS' page of the website for the Master's in Information Systems (MSIG). The page layout includes a navigation menu at the top with options: Inicio, Quienes somos, Perfiles y Requisitos, Comite, Testimonios, Tesis, Descargas, and Contactenos. The header features the MSIG logo and the text 'MAESTRÍA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL'. The main content area contains a contact form with the following fields:

- Nombre de usus (User name)
- Contraseña (Password)
- Identificarse (Log in)
- Nombre completo / Full name: (Two input fields for first and last name)
- E-mail: (Input field)
- Asunto / Subject: (Input field)
- Mensaje / Message: (Text area)
- Enviar (Send)
- Cancelar (Cancel)

On the left side of the contact form, there is a vertical banner with the text 'PRONTOLINSA' and the MSIG logo. The banner also includes the text 'MAESTRÍA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL' and an image of a woman in a suit holding a certificate.

ANEXOS N°11

PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL SITIO WEB

