

GUÍA DIDÁCTICA

IFCD022PO

DESARROLLO WEB PARA COMERCIO ELECTRÓNICO



DATOS GENERALES DE LA ACCIÓN FORMATIVA

FAMILIA PROFESIONAL

Informática y comunicaciones

ÁREA PROFESIONAL

Desarrollo

CÓDIGO

IFCD022PO

DURACIÓN

150 horas

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar y administrar páginas web para comercio electrónico.

Índice de contenidos

01

MARKETING WEB

1.1 Venta estratégica

- 1.1.1 Diseñando una propuesta de valor diferenciada*
- 1.1.2 Segmentación avanzada de clientes con inteligencia artificial*
- 1.1.3 Planificación de campañas multicanal para maximizar alcance y conversión*
- 1.1.4 Cómo la inteligencia artificial mejora la toma de decisiones comerciales*

1.2 Visibilidad en buscadores

- 1.2.1 ¿Qué es el SEO y por qué es clave para atraer tráfico orgánico?*
- 1.2.2 ¿Cómo funcionan los algoritmos de búsqueda?*
- 1.2.3 Prácticas recomendadas de SEO para tiendas online*
- 1.2.4 Tendencias emergentes en SEO*
- 1.2.5 SEM: el complemento ideal para potenciar la visibilidad*
- 1.2.6 Impacto directo en las ventas online*

1.3 Presentación de la información

- 1.3.1 Pensar como el usuario: diseño centrado en las personas*
- 1.3.2 Una identidad clara: coherencia visual y textual*
- 1.3.3 Personalización con inteligencia artificial: mostrar lo que realmente importa*
- 1.3.4 Catálogo bien organizado: la estructura como guía silenciosa*
- 1.3.5 Fichas de producto: donde se toma la decisión de compra*
- 1.3.6 Imágenes que convencen: vender sin palabras*
- 1.3.7 Opiniones que inspiran confianza*
- 1.3.8 Mantener al usuario navegando: evitar la fuga de atención*
- 1.3.9 De visitantes a compradores: el rol de una presentación eficiente*

Índice de contenidos

1.4 Audiencia

- 1.4.1 Identificar al público objetivo: el punto de partida*
- 1.4.2 Segmentación avanzada: más allá de los datos demográficos*
- 1.4.3 Buyer personas: construyendo perfiles realistas y útiles*
- 1.4.4 Monitoreo del comportamiento: observar para mejorar*
- 1.4.5 Adaptación dinámica: evolucionar con la audiencia*

1.5 Entorno de negocio

- 1.5.1 Evaluación del mercado: identificar oportunidades y riesgos*
- 1.5.2 Competencia directa e indirecta: quién más compite por la atención del cliente*
- 1.5.3 Tecnología y automatización: motores de eficiencia y escalabilidad*
- 1.5.4 Adaptación constante: responder con agilidad al cambio*
- 1.5.5 Sostenibilidad y responsabilidad social: factores crecientes en la decisión de compra*
- 1.5.6 Diseñar estrategias con visión global*

1.6 Beneficios y costes del comercio electrónico

- 1.6.1 Beneficios del comercio electrónico*
- 1.6.2 Costes asociados al comercio electrónico*
- 1.6.3 Uso de IA para la optimización de procesos*
- 1.6.4 Evaluar la rentabilidad del comercio electrónico*

Índice de contenidos

02

DISEÑO WEB

2.1 La web: diseño efectivo, desarrollo y uso

- 2.1.1 *La importancia de un diseño web funcional en ecommerce*
- 2.1.2 *Principios del diseño centrado en el usuario (UCD)*
- 2.1.3 *Estructura eficiente de una tienda online*
- 2.1.4 *Responsive design: adaptabilidad a dispositivos móviles*
- 2.1.5 *Frameworks modernos para desarrollo ágil*
- 2.1.6 *Diseño orientado a la conversión (CRO)*
- 2.1.7 *Velocidad de carga y rendimiento*
- 2.1.8 *Accesibilidad web*
- 2.1.9 *Inteligencia Artificial aplicada al diseño web*
- 2.1.10 *Herramientas esenciales en el diseño web moderno*

2.2 Organización del contenido: CMS

- 2.2.1 *Funciones principales de un CMS en ecommerce*
- 2.2.2 *CMS tradicionales: WordPress, WooCommerce, PrestaShop y Magento*
- 2.2.3 *Plataformas Headless CMS: flexibilidad total*
- 2.2.4 *Cómo elegir el CMS adecuado*
- 2.2.5 *Inteligencia Artificial y CMS: automatización inteligente*
- 2.2.6 *Mantenimiento eficiente del contenido*
- 2.2.7 *Transforma ideas en ventas: así se lanza una línea en 24 horas*
- 2.2.8 *Consideraciones estratégicas para la selección del CMS*
- 2.2.9 *Perspectivas de futuro en la gestión de contenidos digitales*

2.3 Estructura

- 2.3.1 *¿Qué es la estructura de un sitio web?*
- 2.3.2 *Principios básicos de una buena arquitectura de la información*
- 2.3.3 *Jerarquía de páginas: base para una navegación efectiva*
- 2.3.4 *Menús de navegación: cómo estructurarlos correctamente*
- 2.3.5 *Categorías y subcategorías: claves para la organización*
- 2.3.6 *URLs amigables: qué son y cómo implementarlas*
- 2.3.7 *Estructura enfocada en la conversión*

Índice de contenidos

- 2.3.8 Navegación orientada al usuario: experiencia ante todo*
- 2.3.9 Estructura y SEO: cómo se complementan*
- 2.3.10 Implementación técnica de la estructura*
- 2.3.11 Errores comunes en la estructura y cómo evitarlos*
- 2.3.12 Ejemplo: rediseño estructural de una tienda*
- 2.3.13 Breadcrumbs: guía de navegación interna*
- 2.3.14 Estructura para dispositivos móviles*
- 2.3.15 Estrategias para actualizar la estructura según el comportamiento del cliente*
- 2.3.16 Cómo la inteligencia artificial puede optimizar la estructura*
- 2.3.17 Pruebas A/B: validación basada en datos*
- 2.3.18 Integración con la estrategia de contenidos*
- 2.3.19 Adaptación continua: estructura como elemento vivo*
- 2.3.20 Checklist final para una estructura web eficiente*

2.4 Presentaciones multimedia

- 2.4.1 Imágenes que informan y persuaden*
- 2.4.2 Evitar la lentitud sin sacrificar calidad*
- 2.4.3 Adaptabilidad visual: imágenes responsivas*
- 2.4.4 El vídeo como herramienta de conversión*
- 2.4.5 Cómo integrar vídeos sin afectar el rendimiento*
- 2.4.6 Animaciones ligeras y efectivas*
- 2.4.7 Experiencias interactivas: imágenes 360° y AR*
- 2.4.8 La inteligencia artificial como aliada en el contenido multimedia*
- 2.4.9 Carga inteligente: solo lo necesario, cuando se necesita*
- 2.4.10 Multimedia accesible e inclusivo*
- 2.4.11 Un estilo visual coherente refuerza la marca*
- 2.4.12 Medir y mejorar constantemente*
- 2.4.13 Rentabilidad y posicionamiento a través del contenido visual*

Índice de contenidos

2.5 Objetivos medibles

- 2.5.1 Definición de objetivos claros y cuantificables*
- 2.5.2 Métricas e indicadores clave de rendimiento (KPIs)*
- 2.5.3 Configuración de métricas con herramientas analíticas*
- 2.5.4 Interpretación de datos para la mejora continua*
- 2.5.6 Ejemplo: aplicando objetivos medibles*
- 2.5.7 Cultura de datos y mejora sostenible*

2.6 Roles. Workflows (flujos de trabajo)

- 2.6.1 Roles esenciales en el equipo de desarrollo web*
- 2.6.2 Coordinación mediante workflows o flujos de trabajo*
- 2.6.3 Comunicación efectiva en el equipo*
- 2.6.4 Workflows en proyectos de comercio electrónico*
- 2.6.5 Retos comunes y mejores prácticas en la gestión de roles y workflows*

2.7 La web corporativa

- 2.7.1 Definición y propósito de la web corporativa*
- 2.7.2 La identidad corporativa en la web institucional*
- 2.7.3 Comunicación de confianza y credibilidad*
- 2.7.4 Información clave para el cliente*
- 2.7.5 La integración con la tienda online*
- 2.7.6 La web corporativa como soporte de branding*
- 2.7.7 Tecnologías para actualización automática del contenido*
- 2.7.8 Personalización de la experiencia del visitante*
- 2.7.9 Seguridad y protección de datos*
- 2.7.10 Aplicaciones y estrategias de referencia*

2.8 Estándares

- 2.8.1 Organismos que regulan los estándares web*
- 2.8.2 Principales normas para el desarrollo web moderno*
- 2.8.3 Accesibilidad web: el rol de ARIA*
- 2.8.4 Impacto de los estándares en usabilidad y posicionamiento SEO*

Índice de contenidos

2.8.5 Aplicación práctica de los estándares en el desarrollo web
2.8.6 Accesibilidad, calidad y posicionamiento

2.9 Usabilidad

2.9.1 La usabilidad en el comercio electrónico
2.9.2 Principios fundamentales de usabilidad
2.9.3 Diseño centrado en el usuario
2.9.4 Arquitectura de la información y navegación
2.9.5 Evaluación de la usabilidad: métodos prácticos
2.9.6 Inteligencia artificial aplicada a la usabilidad
2.9.7 Casos de estudio: mejora de usabilidad con IA
2.9.8 Principios de diseño inclusivo y accesible
2.9.9 Métricas para medir la usabilidad
2.9.10 Usabilidad evolutiva: claves para una experiencia digital sólida

2.10 Creación de un modelo de usuario

2.10.1 Introducción al concepto de modelo de usuario
2.10.2 Objetivos del modelo de usuario en entornos digitales
2.10.3 Tipos de modelos de usuario
2.10.4 Recolección de datos para construir el modelo
2.10.5 Técnicas de análisis del comportamiento del usuario
2.10.6 Segmentación de usuarios por características comunes
2.10.7 Construcción de perfiles y arquetipos de usuario
2.10.8 Integración de inteligencia artificial en la creación de modelos
2.10.9 Actualización dinámica del modelo de usuario
2.10.10 Aplicación del modelo en el diseño del sitio web
2.10.11 Visualización de datos y dashboards de usuario
2.10.12 Casos reales de aplicación en ecommerce
2.10.13 Aspectos éticos y legales del uso de datos
2.10.14 Principales desafíos en la construcción de modelos
2.10.15 Automatización del modelado mediante plataformas digitales
2.10.16 Interacción entre modelos de usuario y experiencia de usuario (UX)

Índice de contenidos

- 2.10.17 Evaluación del desempeño del modelo*
- 2.10.18 Recomendaciones prácticas para desarrolladores web*
- 2.10.19 Consideraciones de escalabilidad y mantenimiento*
- 2.10.20 El modelo de usuario como eje central del diseño web personalizado*

2.11 Test de Usabilidad

- 2.11.1 Planificación de un test de usabilidad*
- 2.11.2 Métodos cualitativos en pruebas de usabilidad*
- 2.11.3 Métodos cuantitativos en pruebas de usabilidad*
- 2.11.4 Ejecución de pruebas presenciales*
- 2.11.5 Pruebas remotas: ventajas y retos*
- 2.11.6 Uso de herramientas basadas en Inteligencia Artificial*
- 2.11.7 Ciclo continuo de prueba y mejora*
- 2.11.8 Casos prácticos y ejemplos*
- 2.11.9 Ética y consideraciones en test de usabilidad*

2.12 FEED RSS

- 2.12.1 La evolución del RSS y su contexto actual*
- 2.12.2 Utilidades del RSS en una tienda online*
- 2.12.3 Plataformas ecommerce compatibles con RSS*
- 2.12.4 Ventajas del uso de RSS en ecommerce*
- 2.12.5 Desventajas y limitaciones*
- 2.12.6 Lectores y herramientas para usar RSS*
- 2.12.7 Personalización de contenido con inteligencia artificial*
- 2.12.8 Ejemplos prácticos de automatización con RSS*
- 2.12.9 Mejores prácticas para implementar feeds RSS en ecommerce*
- 2.12.10 Comparativa entre RSS y otros canales de contenido*
- 2.12.11 Futuro del RSS en el comercio electrónico*
- 2.12.12 El rol actual del RSS en la automatización del ecommerce*

Índice de contenidos

2.13 Tiempos de carga y respuesta

- 2.13.1 Importancia de la velocidad de carga en el comercio electrónico
- 2.13.2 Factores que afectan los tiempos de carga
- 2.13.3 Técnicas de optimización para mejorar la velocidad
- 2.13.4 Herramientas para medir el rendimiento
- 2.13.5 Monitorización del rendimiento en tiempo real con IA
- 2.13.6 Impacto empresarial de la optimización del rendimiento web
- 2.13.7 Buenas prácticas para desarrolladores
- 2.13.8 Rendimiento web: factor crítico de éxito en ecommerce

2.14 Beneficios del desarrollo de un buen sitio web

- 2.14.1 La importancia estratégica del sitio web
- 2.14.2 Primera impresión: la percepción del cliente
- 2.14.3 Experiencia de usuario (UX): fidelización a través del diseño
- 2.14.4 Optimización para dispositivos móviles: diseño responsive
- 2.14.5 Mejora del posicionamiento SEO
- 2.14.6 Eficiencia operativa y automatización
- 2.14.7 Incremento directo de ventas
- 2.14.8 Seguridad como valor diferencial
- 2.14.9 Escalabilidad del negocio
- 2.14.10 Reducción de costos a largo plazo
- 2.14.11 Mejora de la imagen de marca
- 2.14.12 Integración de analítica avanzada
- 2.14.13 Adaptabilidad a nuevas tecnologías
- 2.14.14 Construcción de una comunidad en línea
- 2.14.15 Personalización de la experiencia de compra
- 2.14.16 Sostenibilidad y compromiso ambiental
- 2.14.17 Mayor control sobre el negocio
- 2.14.18 Disponibilidad 24/7 a nivel global
- 2.14.19 Innovación y diferenciación frente a la competencia
- 2.14.20 Preparación para el futuro del comercio electrónico

Índice de contenidos

03

WWW: PROTOCOLOS Y LENGUAJES

3.1 World Wide Web

- 3.1.1 La World Wide Web en ecommerce*
- 3.1.2 Diferencia entre internet y web*
- 3.1.3 Función de la web en el comercio electrónico*
- 3.1.4 Evolución: de la web 1.0 a la web 5.0*
- 3.1.5 Web semántica e inteligencia artificial*

3.2 Conceptos básicos

- 3.2.1 Introducción a la web*
- 3.2.2 Página web: unidad básica de la experiencia digital*
- 3.2.3 Sitio web: arquitectura digital de múltiples páginas*
- 3.2.4 El servidor web: núcleo de almacenamiento y procesamiento*
- 3.2.5 Navegadores: la interfaz que conecta al usuario con la web*
- 3.2.6 Protocolos de comunicación: la base del intercambio digital*
- 3.2.7 Estructura y flujo de datos en una web*
- 3.2.8 AJAX: contenido dinámico sin recargar páginas*
- 3.2.9 WebSockets: comunicación en tiempo real*
- 3.2.10 Perspectivas tecnológicas*

3.3 URL

- 3.3.1 La URL en el comercio electrónico*
- 3.3.2 Anatomía de una URL: desglosando sus elementos*
- 3.3.3 Funciones esenciales de las URLs en la experiencia web*
- 3.3.4 Buenas prácticas para construir URLs amigables para SEO*
- 3.3.5 Usabilidad y persuasión mediante URLs claras*
- 3.3.6 Redireccionamientos: tipos, usos y errores a evitar*
- 3.3.7 Parámetros en URLs y su impacto en la indexación*
- 3.3.8 Estrategias de optimización avanzada de URLs*
- 3.3.9 Internacionalización de URLs en tiendas multilingües*
- 3.3.10 Herramientas para análisis, auditoría y mantenimiento de URLs*

Índice de contenidos

3.4 Cliente-servidor

3.4.1 Fundamentos del modelo

3.4.2 Descripción detallada del cliente: interfaz, navegador y aplicaciones

3.4.3 Descripción detallada del servidor: lógica empresarial y datos

3.4.4 Comunicación entre cliente y servidor: del HTTP al tiempo real

3.4.5 Ciclo de vida de una petición: del clic a la respuesta renderizada

3.4.6 Ventajas clave del modelo cliente-servidor en entornos ecommerce

3.4.7 Evolución tecnológica: microservicios y arquitectura en la nube

3.4.8 Escalabilidad: de la tienda local al ecommerce global

3.4.9 Seguridad: blindaje del canal cliente-servidor

3.4.10 La web moderna

3.5 Protocolos HTTP y HTTPS. HTTP y MIME

3.5.1 HTTP: fundamentos y estructura técnica del protocolo

3.5.2 Características del modelo sin estado y su implicación en el desarrollo web

3.5.3 El surgimiento de HTTPS: una respuesta a la necesidad de seguridad

3.5.4 SSL/TLS: mecanismos de cifrado detrás de HTTPS

3.5.5 Certificados digitales: arquitectura de confianza en línea

3.5.6 Transición global hacia el cifrado universal de la web

3.5.7 MIME: tipos de contenido y su rol en la comunicación web

3.5.8 Seguridad y experiencia de usuario vinculadas al uso de MIME

3.5.9 Protocolos seguros como cimiento del comercio electrónico

3.6 Lenguajes markup

3.6.1 HTML: anatomía de una página web

3.6.2 La evolución hacia HTML5: multimedia y nuevas posibilidades

3.6.3 semántica y significado: clave para SEO y accesibilidad

3.6.4 CSS y JavaScript: aliados del lenguaje de marcado

3.6.5 Plantillas y componentes: modularidad para la web escalable

Índice de contenidos

3.7 CGI. Applet

- 3.7.1 Beneficios y desafíos técnicos de CGI*
- 3.7.2 La evolución de las tecnologías web*
- 3.7.3 Applets de Java*
- 3.7.4 Ventajas y dificultades de los applets*
- 3.7.5 La llegada de nuevas tecnologías web más modernas y eficientes*
- 3.7.6 El legado de CGI y los applets en el desarrollo web contemporáneo*
- 3.7.7 El valor histórico para futuros desarrolladores web*
- 3.7.8 CGI y los applets en la web dinámica*

3.8 Cookies

- 3.8.1 Uso de cookies en comercio electrónico*
- 3.8.2 Regulación y manejo responsable de cookies*
- 3.8.3 Evolución tecnológica: más allá de las cookies*
- 3.8.4 Implicaciones en privacidad y seguridad*

3.9 Configuración de los principales navegadores

- 3.9.1 Gestión de extensiones y su impacto en la experiencia del sitio*
- 3.9.2 Herramientas de desarrollo*
- 3.9.3 Ajustes de rendimiento*
- 3.9.4 Pruebas en múltiples dispositivos y navegadores*
- 3.9.5 Simulación de condiciones reales de navegación*
- 3.9.6 Parámetros clave que todo desarrollador debe configurar*
- 3.9.7 Actualización constante y mantenimiento*

3.10 Sistemas operativos móviles

- 3.10.1 Relevancia de los sistemas operativos móviles en el diseño y desarrollo web*
- 3.10.2 Diferencias fundamentales en rendimiento y arquitectura*
- 3.10.3 Navegadores integrados y su influencia en el comercio electrónico móvil*

Índice de contenidos

- 3.10.4 Capacidades técnicas y limitaciones específicas de Android e iOS*
- 3.10.5 Diseño responsive para asegurar la compatibilidad y usabilidad*
- 3.10.6 Aplicaciones progresivas (PWA)*
- 3.10.7 La compatibilidad y las actualizaciones del sistema operativo*
- 3.10.8 Optimización técnica para mejorar la experiencia de usuario móvil*
- 3.10.9 Seguridad y privacidad en sistemas móviles para comercio electrónico*

3.11 Configuraciones

- 3.11.1 Importancia de las configuraciones en servidores para tiendas online*
- 3.11.2 Ajustes en servidores HTTP*
- 3.11.3 Seguridad en las configuraciones del servidor*
- 3.11.4 Gestión de permisos en entornos web*
- 3.11.5 Configuración de dominios y su impacto en el comercio electrónico*
- 3.11.6 Estabilidad y escalabilidad a través de configuraciones avanzadas*

3.12 Servicios Web

- 3.12.1 Función y relevancia de los servicios web para la interoperabilidad*
- 3.12.2 Integración de plataformas en comercio electrónico mediante servicios web*
- 3.12.3 Tecnologías actuales: RESTful APIs y SOAP*
- 3.12.4 La inteligencia artificial en la mejora de los servicios web*

Índice de contenidos

3.13 Conexiones seguras

- 3.13.1 *De SSL a TLS: evolución del cifrado web*
- 3.13.2 *Certificados digitales y autoridades de certificación*
- 3.13.3 *Protocolos complementarios: HTTPS, SFTP, SMTPS*
- 3.13.4 *Redes privadas virtuales (VPN)*
- 3.13.5 *Amenazas comunes en conexiones inseguras*
- 3.13.6 *La seguridad como requisito legal y reputacional*
- 3.13.7 *Activación de HTTPS en un ecommerce*
- 3.13.8 *El rol de la inteligencia artificial en la seguridad de la web*
- 3.13.9 *Análisis predictivo y ciberdefensa*
- 3.13.10 *La criptografía cuántica en el horizonte*
- 3.13.11 *Perspectivas de futuro: hacia una web más confiable*

3.14 Verificación de los estándares de una web W3C (World Wide Web Consortium)

- 3.14.1 *Accesibilidad, compatibilidad y rendimiento como pilares del estándar*
- 3.14.2 *Herramientas de validación W3C y cómo utilizarlas*
- 3.14.3 *El impacto de la validación en la experiencia de usuario*
- 3.14.4 *Optimización para motores de búsqueda (SEO)*
- 3.14.5 *El proceso de validación como parte del flujo de desarrollo*
- 3.14.6 *Impacto real de los estándares web: beneficios medibles*
- 3.14.7 *Validación web: una inversión estratégica de futuro*

Índice de contenidos

04

DISEÑO Y DESARROLLO DE APLICACIONES WEB

4.1 Elección de la plataforma

- 4.1.1 Comparación de plataformas populares*
- 4.1.2 Criterios clave para la selección de plataformas*
- 4.1.3 Consideraciones estratégicas en la elección de plataformas*
- 4.1.4 Análisis comparativo de plataformas de comercio electrónico populares*

4.2 Lenguajes

- 4.2.1 Lenguajes fundamentales para el desarrollo web*
- 4.2.2 Frameworks modernos para acelerar el desarrollo y mejorar la experiencia del usuario*
- 4.2.3 Integración de inteligencia artificial para funcionalidades avanzadas*
- 4.2.4 Implicaciones del ecosistema de lenguajes y frameworks*

4.3 Componentes del estándar J2EE: servlets y JSPs

- 4.3.1 Comprensión de los servlets*
- 4.3.2 Comprensión de los JSPs*
- 4.3.3 Aplicaciones de comercio electrónico escalables y seguras*
- 4.3.4 Fundamentos arquitectónicos y principios de diseño*

4.4 Elementos críticos en páginas ecommerce

- 4.4.1 Componentes esenciales para una tienda online exitosa*
- 4.4.2 Importancia de la experiencia del usuario (UX), tiempos de carga rápidos y procesos de compra intuitivos*
- 4.4.3 Mejora de los elementos críticos mediante la IA*
- 4.4.4 El impacto de la IA en la experiencia del usuario y la eficiencia operacional*

4.5 Imágenes digitales

- 4.5.1 Formatos adecuados y técnicas de compresión*

Índice de contenidos

4.5.2 IA para la mejora automática de imágenes y la generación de contenido visual personalizado

4.5.3 Implicaciones de la optimización de imágenes digitales

4.5.4 Comparación de formatos de imagen digital para comercio electrónico

4.6 Edición multimedia

4.6.1 Herramientas y técnicas para la edición de imágenes, audio y vídeo

4.6.2 Mejores prácticas para crear materiales atractivos y profesionales optimizados para la web

4.6.3 Integración de IA para la edición automática y la generación de contenido multimedia

4.6.4 Impacto de la IA en la creación de contenido multimedia

4.7 El vídeo digital

4.7.1 El papel creciente del vídeo digital en el comercio electrónico

4.7.2 Conceptos básicos del vídeo digital y técnicas de optimización

4.7.3 Uso de IA para crear vídeos personalizados y mejorar la experiencia del usuario

4.7.4 El impacto transformador del vídeo digital y la IA

4.8 Historia. Píxel

4.8.1 Repaso histórico sobre la evolución de la imagen digital

4.8.2 El concepto básico de píxel como unidad mínima de imagen

4.8.3 La abstracción fundamental de los medios digitales

4.9 Frame (fotograma)

4.9.1 Relevancia para la reproducción fluida y la percepción del usuario

4.9.2 El movimiento y su impacto en la experiencia del usuario

4.10 Relación de aspecto (aspect ratio)

4.10.1 Adaptación del contenido a diferentes dispositivos y pantallas

4.10.2 La relación de aspecto: clave del diseño profesional y multidispositivo

Índice de contenidos

4.11 FPS (Frames Per Second)

4.11.1 Valores recomendados para contenido en línea

4.11.2 FPS como elección estratégica para el tipo de contenido y la plataforma

4.12 Vídeo progresivo/entrelazado

4.12.1 Ventajas y desventajas

4.12.2 Idoneidad para el comercio electrónico y plataformas web modernas

4.12.3 El escaneo progresivo como estándar moderno de calidad y compatibilidad

4.13 Compresión de vídeo

4.13.1 Códecs modernos y la influencia de la IA en la optimización de la compresión

4.13.2 El equilibrio entre calidad y rendimiento en la compresión de vídeo

4.14 Contenedor de vídeo

4.14.1 Contenedores de vídeo comunes

4.14.2 Importancia de elegir el contenedor adecuado para la compatibilidad y el rendimiento web

4.14.3 La elección del contenedor como decisión estratégica

4.14.4 Comparación de formatos de contenedores de vídeo para comercio electrónico

4.15 Estándares de vídeo analógico y digital

4.15.1 Evolución tecnológica y su impacto en la producción multimedia

4.15.2 La búsqueda implacable de calidad y eficiencia

4.16 Emisión de TV analógica: PAL, NTSC y SECAM

4.16.1 Relevancia histórica y la transición a digital

4.16.2 La obsolescencia de los formatos analógicos con ancho de banda limitado

Índice de contenidos

4.17 Formatos estándares analógicos: VHS, S-VHS, Video8

4.17.1 Contexto histórico y limitaciones frente a las tecnologías digitales actuales

4.17.2 La imperativa de la transformación digital para el contenido heredado

4.18 Formatos estándares digitales de reproducción: DV, miniDV, DVD, Blu-Ray

4.18.1 Aprovechamiento del contenido digitalizado para el marketing en el comercio electrónico

4.18.2 Los medios digitales como base para experiencias de producto enriquecidas

4.19 Interfaces de señal de vídeo: analógicas y digitales

4.19.1 Uso estratégico del audio para generar confianza y mejorar la conversión

4.19.2 Interfaces digitales para robustez y fidelidad en la producción de contenido

4.20 Audio digital

4.20.1 Formatos comunes, consideraciones de calidad e impacto en la experiencia del usuario

4.20.2 El audio como herramienta para la UX y la marca

4.21 La señal de audio como archivo

4.21.1 Importancia de los formatos comprimidos y compatibles para la optimización del rendimiento

4.21.2 Selección estratégica de formatos para la entrega de audio web

4.22 Storyboard para diseñar películas y animaciones

4.22.1 Creación organizada y efectiva de materiales promocionales y educativos

4.22.2 El storyboard como herramienta crítica de eficiencia en la preproducción

Índice de contenidos

4.23 Hardware para la manipulación de audio/vídeo digital

4.23.1 Relevancia para profesionales del diseño web y marketing digital

4.23.2 El hardware como facilitador directo de la calidad del contenido y la eficiencia de producción

4.24 Tarjeta de sonido

4.24.1 El cuello de botella de la calidad en la producción de audio

4.25 Conexiones de audio

4.25.1 La conectividad como base para la producción multimedia de alta fidelidad

4.26 Capturadora de vídeo analógico

4.26.1 Puenteando la brecha analógico-digital para la preservación del contenido

4.27 Tarjeta de vídeo

4.27.1 La GPU como motor del rendimiento visual

4.28 Animaciones Flash

4.28.1 La imperativa de los estándares abiertos y las tecnologías web modernas

4.29 Captura de vídeo digital

