



Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Diseño de sitio web del colegio Cambridge International School,
para dar a conocer los servicios educativos para cliente
potenciales. Guatemala, 2014.**

Proyecto de Graduación

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala S.A

Elaborado por:

Marta Yohana Gamba Méndez

Para optar al título de:

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Nueva Guatemala de la Asunción, Enero 2014

Guatemala, 14 de mayo del 2013

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo
Guatemala, Ciudad.

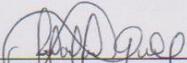
Respetable Lic. Kachler:

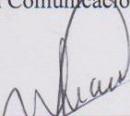
Atentamente solicito a Usted la aprobación del tema de mi Proyecto de graduación, para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño, el cual se titula:

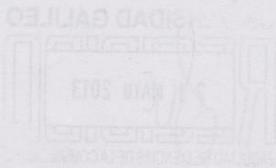
Diseño de sitio web para dar a conocer los servicios educativos del Colegio Cambridge International School, a los clientes reales y potenciales de la ciudad de Guatemala. Guatemala, Guatemala 2014.

Solicito también que la Licenciada. Wendy Franco sea mi asesora en la elaboración del proyecto.

Atentamente,


MARTA YOHANA GAMBA MENDEZ
No. de Carné 09000973
Licenciatura en Comunicación y Diseño.


Licda. Wendy Franco
Asesora



Guatemala 05 de junio de 2013

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

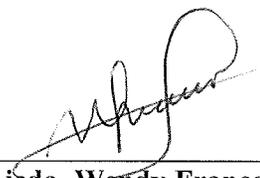
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
DISEÑO DE SITIO WEB DEL COLEGIO CAMBRIDGE INTERNATIONAL SCHOOL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS EDUCATIVOS PARA CLIENTES POTENCIALES. GUATEMALA, 2014. Así mismo solicito que el Licda. Wendy Franco, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Marta Yohana Gamba Méndez
09000973



Licda. Wendy Franco
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

Señorita
Marta Yohana Gamba Méndez
Presente

Estimada Señorita Gamba:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB DEL COLEGIO CAMBRIDGE INTERNATIONAL SCHOOL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS EDUCATIVOS PARA CLIENTES POTENCIALES. GUATEMALA, 2014.** Así mismo, se aprueba al Licda. Wendy Franco, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero de 2014

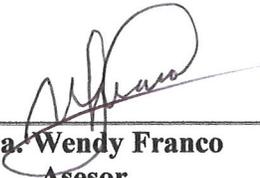
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB DEL COLEGIO CAMBRIDGE INTERNATIONAL SCHOOL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS EDUCATIVOS PARA CLIENTES POTENCIALES. GUATEMALA, 2014.** Presentado por la estudiante: Marta Yohana Gamba Méndez, con número de carné: 09000973, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Licda. Wendy Franco
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 18 de julio de 2014

**Señorita
Marta Yohana Gamba Méndez
Presente**

Estimada Señorita Gamba:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 30 de julio de 2014.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE SITIO WEB DEL COLEGIO CAMBRIDGE INTERNATIONAL SCHOOL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS EDUCATIVOS PARA CLIENTES POTENCIALES. GUATEMALA, 2014***, de la estudiante Marta Yohana Gamba Méndez, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 01 de agosto de 2014

Señorita
Marta Yohana Gamba Méndez
Presente

Estimada Señorita Gamba:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE SITIO WEB DEL COLEGIO CAMBRIDGE INTERNATIONAL SCHOOL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS EDUCATIVOS PARA CLIENTES POTENCIALES. GUATEMALA, 2014.** Presentado por el estudiante: Marta Yohana Gamba Méndez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrector administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Decano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto

Resumen

El colegio Cambridge international School no cuenta con un sitio web que le permita darse a conocer de una manera más interactiva y precisa con sus clientes activos y potenciales.

El objetivo general es diseñar un sitio web del colegio Cambridge International School, para dar a conocer los servicios educativos para cliente potenciales.

Para validar el proyecto fue necesaria una investigación de campo, en donde se recopilara la información del objetivo de estudio al utilizar como herramienta la encuesta tipo cerrada ejecutándose de manera personal.

La encuesta conformada por 19 interrogantes evaluaba 3 aspectos parte objetiva, semiología y operativa. Se encuestó a 5 expertos, 1 cliente y a 19 personas del grupo objetivo.

Los resultados establecieron parámetros para identificar que posibles elementos se cambiarían para mejorar la propuesta final del proyecto.

Todos los derechos de autor reservados Marta Yohana Gamba Méndez.

Índice

Capítulo I:

1.1. Introducción	1
-------------------	---

Capítulo II: problemática.

2.1. Contexto	3
---------------	---

2.2. Requerimientos de comunicación y diseño	3
--	---

2.3. Justificación	3
--------------------	---

2.3.1. Magnitud	4
-----------------	---

2.3.2. Vulnerabilidad	4
-----------------------	---

2.3.3. Trascendencia	4
----------------------	---

2.3.4. Factibilidad	5
---------------------	---

2.3.4.1. Recursos humanos	5
---------------------------	---

2.3.4.2. Recursos organizacionales	5
------------------------------------	---

2.3.4.3. Recursos económicos	5
------------------------------	---

2.3.4.4. Recursos tecnológicos	5
--------------------------------	---

Capítulo III: objetivos de diseño.

3.1. Objetivo General	6
-----------------------	---

3.2. Objetivos específicos	6
----------------------------	---

Capítulo IV: Marco de Referencia.

4.1. Información del cliente	8
------------------------------	---

Capítulo V: definición del grupo objetivo.

5.1. Perfil geográfico	13
------------------------	----

5.2. Perfil demográfico	14
-------------------------	----

5.3. Perfil psicográfico	15
--------------------------	----

5.4. Perfil conductual	15
------------------------	----

Capítulo VI: Marco Teórico.

6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio _____	16
6.1.2. Colegio _____	16
6.1.3. Colegio privado _____	17
6.1.4. Servicios educativos _____	17
6.1.5. educación _____	18
6.1.6. Nivel diversificado _____	19
6.1.7. Diplomados _____	20
6.1.8. Becas _____	21
6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	
6.2.1. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación	
6.2.1.1. Comunicación _____	22
6.2.1.2. Emisor _____	23
6.2.1.3. Receptor _____	24
6.2.1.4. Canal _____	24
6.2.1.4. Código _____	25
6.2.1.5. Mensaje _____	26
6.2.1.6. Comunicación informativa _____	26
6.2.1.7. Comunicación escrita _____	27
6.2.1.8. Publicidad institucional _____	28
6.2.1.9. Publicidad persuasiva _____	29
6.2.2. Conceptos fundamentales relacionados con el diseño	
6.2.2.1. Diseño _____	30
6.2.2.2. Elementos de diseño _____	32

6.2.2.3. Elementos visuales	33
6.2.2.4. Forma	34
6.2.2.5. Medida	34
6.2.2.6. textura	35
6.2.2.7. Diagramación	36
6.2.2.8. Maquetación	37
6.2.2.9. Composición	38
6.2.2.10. Color	39
6.2.2.11. Circulo cromático	39
6.2.2.12. Colores corporativos	41
6.2.2.13. Tipografía	42
6.2.2.14. Legibilidad	43
6.3. Ciencias auxiliares, teoría y tendencia.	
6.3.1. Ciencias auxiliares.	
6.3.1.1. tecnología	44
6.3.1.2. Computación	45
6.3.1.3. pedagogia	46
6.3.1.4. Andragogía	48
6.3.1.5. Psicología	49
6.3.1.6. Psicología del color	50
6.3.1.7. Psicología del consumidor	51
6.3.1.8. Psicología de la comunicación	52
6.3.1.9. Heurística	53
6.3.1.10. Sociología	54
6.3.1. 11. Semiología	55

6.3.2. Artes	
6.3.2.1 Fotografía.	56
6.3.3 teorías	
6.3.3.1. publicidad	57
6.3.4 Tendencias	
6.3.4.1. Tendencia en las páginas web	58

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.

7.1. Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	60
7.1.1. Aplicación de las ciencias auxiliares	60
7.1.2. Aplicación del diseño	61
7.1.3. Aplicación del proceso de comunicacion	63
7.2. Conceptualización	64
7.2.1. Método	64
7.2.2. Definición del concepto	66
7.3. Bocetaje	67
7.4. Propuesta preliminar	82

Capítulo VIII: validación técnica.

8.1. Población y muestreo	91
8.2. Método he instrumentos	93
8.3. Resultados e Interpretación de resultados	96
8.4. Cambios en base a los resultados.	115

Capítulo IX: Propuesta grafica final.

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

10.1. Plan de costos de elaboración.	130
10.2. Plan de costos de producción.	131

10.3. Plan de costos de reproducción. _____	132
10.4. Plan de costos de distribución. _____	132
10.5. Cuadro Resumen. _____	133

Capítulo XI Conclusiones y Recomendaciones.

11.1. Conclusiones. _____	134
11.2. Recomendaciones. _____	135

Capítulo XII: Conocimiento General. _____

Capítulo XIII: referencias. _____

Capítulo XIV: Anexos. _____

Anexo: A BRIF _____	151
Anexo: B Cotizaciones _____	154
Anexo: C taller de desarrollo de objetivos _____	168
Anexo: D taller de desarrollo de requerimientos _____	169
Anexos: E encuestados expertos _____	170
Anexo encuestados grupo objetivo _____	172

Capítulo I:

Capítulo I

Introducción:

Este proyecto de graduación se titula: **Diseño de sitio web del Colegio Cambridge International School, para dar a conocer los servicios educativos para clientes potenciales.** Se ha detectado que dicho establecimiento educativo tiene gran potencial para expandirse en el mercado. Pero carece de un medio poder darse a conocer con los clientes potenciales, este establecimiento ha hecho en ciertas épocas del año publicidad, pero desean un medio fijo y funcional durante todo el año. Por lo anterior, con el propósito de apoyar al Colegio Cambridge International School, se sugiere la elaboración de un sitio web. Las ciencias que respaldarán dicho proyectos serán: sociología, psicología, fotografía, semiología.

Según las necesidades encontradas y los objetivos planeados, a través de análisis de la investigación se utilizó el método ojos limpios, para llegar a un concepto creativo. Se presentaron los bocetos, una propuesta se digitalizó para validar con tres grupos distintos: el cliente, el grupo objetivo y los expertos. Ya validada esta información, se creó la propuesta final.

A través de los aspectos evaluados se realizaron algunos cambios que se aplicaron al diseño, en la estructura y en el contenido para un mejoramiento final. La herramienta de encuesta se aplicó a 5 expertos entre ellos administradores de empresas, publicistas, diseñadores gráficos, comunicadores, diseñadores de sitios web, a 25 personas de grupo objetivo y el cliente.

Se determinó que el 100% de las personas encuestadas consideran que es necesaria la implementación de un sitio web para el Colegio Cambridge International School para que se pueda dar a conocer y sus clientes tengan mejor comunicación con el establecimiento.

Capítulo II: Problemática

Capítulo II Problemática

2.1. Contexto:

El colegio Cambridge International School es un establecimiento educativo que tiene gran potencial para expandirse en el mercado. Pero carece de un medio para darse a conocer con los clientes potenciales. Este establecimiento ha hecho publicidad en ciertas épocas del año pero desea un medio fijo y funcional durante todo el año.

Un sitio web será un medio de comunicación eficaz para el Colegio Cambridge International School, ya que los clientes podrán conocer: normas, reglas, formas de evaluar, actividades etc. Por medio del mismo.

De esta manera aumentarán las personas interesadas en el Colegio International School, así también las personas que están o que han estado en él tendrán curiosidad de visitar este sitio. Será más reconocido, y por lo tanto aumentarán los clientes al beneficiarlo.

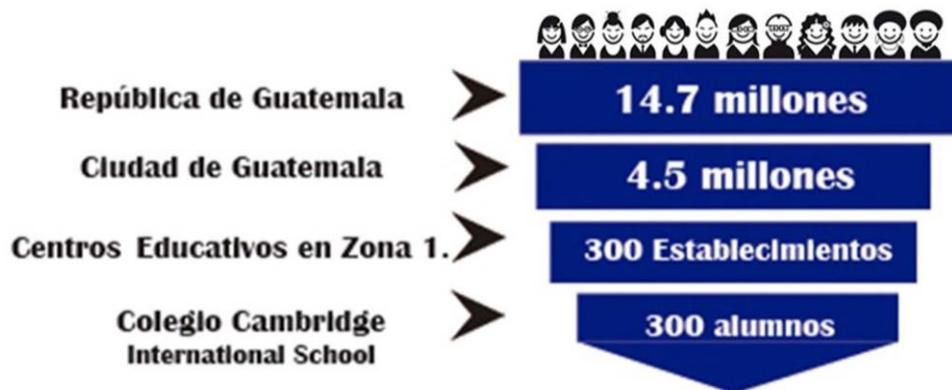
2.2. Requerimiento de comunicación y diseño:

El colegio Cambridge international School no cuenta con un sitio web que le permita darse a conocer de manera más interactiva y precisa con sus clientes activos y potenciales. (Ver anexos).

2.3. Justificación:

El colegio Cambridge International School necesita una página Web para darse a conocer de manera masiva y accesible, al grupo objetivo al que va dirigido, pues sus clientes han llegado al colegio por medio de publicidad.

2.3.1. Magnitud:



2.3.2. Vulnerabilidad:

Al no tener un sitio web, el colegio Cambridge International School, varios de sus clientes no entienden la forma de evaluar, creencias, normas, reglamentos etc. El colegio, a menos que las personas lleguen a conocer las instalaciones.

2.3.3. Trascendencia:

Con un sitio web, el Colegio Cambridge International School se verá beneficiado, ya que habrá más probabilidad de que los clientes potenciales lo conozcan y sepan la forma de trabajar, actividades, reglamentos, etc. Así también los clientes ya existentes, que sepan por medio de este sitio web las diferentes noticias del ciclo escolar, de manera inmediata fácil e interactiva.

2.3.4. Factibilidad:

Diseñar un sitio web es factible, pues el establecimiento reunirá fondos para que se lleve a cabo por medio de diferentes actividades.

El colegio Cambridge International School, desde hace mucho tiempo ha querido encontrar una forma para que su grupo objetivo lo conozca más. Con el apoyo de directores, maestros se lograra captar la esencia del mismo, para crear el sitio web y que tenga los resultados esperados.

2.3.4.1. Recursos humanos:

Se contará con el apoyo de la directora María Cristina Gereda, junto con la ayuda de los catedráticos Teedruiz, Julio Penagos, Audry Ruiz, Irvin Gomez del Colegio Cambridge International School.

2.3.4.2. Recursos organizacionales:

Se contará con el apoyo de la información del Colegio Cambridge International School.

2.3.4.3. Recursos económicos:

El establecimiento tiene recursos para llevar a cabo este proyecto, ya que realizarán actividades para adquirir los fondos.

2.3.4.4. Recursos tecnológicos:

Para llevar a cabo el diseño del sitio web del Colegio Cambridge International School, se utilizarán los programas: adobe ilustrador, Adobe Photoshop, Adobe Flash, Adobe indesign, con los que se podrá diagramar, animar e ilustrar dicho sitio.

Capítulo III: Objetivos de Diseño

Capítulo III objetivos de diseño

3.1. Objetivo general

Diseñar un sitio web para el Colegio Cambridge International School, para dar a conocer los servicios educativos para clientes potenciales.

3.2. Objetivos específicos:

3.1. Investigar las tendencias, maquetación, diagramación, iconos, gráficos, para diseñar un sitio web, del Colegio Cambridge International School. Y crear un diseño limpio que permita al usuario navegar sin inconvenientes y encontrar lo que busca.

3.2. Recopilar información del establecimiento de actividades, becas, diplomados, cursos gratis, formas de evaluar etc. Para que se obtenga un sitio rico en contenido, así los usuarios puedan tener las noticias actuales del establecimiento.

3.3. Seleccionar elementos visuales, tipografías, colores. del establecimiento para lograr reflejar el carácter y la identidad del mismo en el sitio web.

3.4. Investigar elementos de imagen para un sitio web para mejor comprensión para el usuario al momento de navegar.

3.5. Elaborar una maquetación previa para estructurar toda la información del Colegio Cambridge International School, de forma ordenada y comprensible.

3.6. Diagramar un sitio web de forma interactiva y dinámica, al colocar información verídica acerca de los servicios del Colegio International School, para atraer a clientes potencial y que los clientes actuales se informen. (Ver anexos).

Capítulo IV: Marco de Referencia

Capítulo IV

4.1. Información general del cliente:

Colegio Cambridge International School se dedica a brindar servicios de educación a nivel básico y diversificado, colegio mixto y laico.

El establecimiento en un momento dado realizo una página web pero sin éxito, ya que no estaba bien diseñada y no tenía información actualizada.

Resumen de Brief:

Colegio Cambridge International School, fundado en el año 2009 en la ciudad de Guatemala, establecimiento en el que se enfocan en el aprendizaje en base a proyectos, es una estrategia educativa integral en lugar de ser un complemento. Los maestros trabajan con los alumnos, que tienen diferentes estilos de aprendizaje, antecedentes culturales y niveles de habilidades. Un enfoque de enseñanza uniforme ayuda a que todos los estudiantes alcances estándares altos. Mientras que uno basado en proyectos, construye sobre las fortalezas individuales de los estudiantes y les permite explorar sus áreas dentro del marco de un currículo establecido.

Cuentan con una fundación para dar becas para las personas de pocos recursos, enfocándose al pueblo maya kekchi, además de diplomados completamente gratis, tutorías por las tardes para la mejora del estudiante.

Debido a su buen nivel académico y el notorio crecimiento en los últimos años, el Colegio Cambridge International School tiene el potencial de crecer más. De acuerdo con lo investigado, un sitio web es buena estrategia para que sea más reconocido y darle mejor servicio a sus clientes.

A través del sitio Web se podrá llegar a clientes potenciales del mundo entero. Las limitaciones geográficas ya no existen, un sitio Web es como una oficina de ventas en cada lugar del planeta. Logrando que conozcan el establecimiento además de tener la posibilidad de conseguir apadrinamientos para la fundación. Su imagen en Internet podrá ser comparable a cualquier gran compañía de su mismo sector. Es un terreno imparcial donde el sitio web de una empresa pequeña puede ser tanto o más atractivo que el de una empresa muy grande. Por eso podrá competir justo al lado de las empresas más grandes, de igual a igual. Tendrá el beneficio de ahorro en gastos de publicidad, reducción de teléfono y personal, de modo que cualquier información que pudiera necesitar el cliente la podrá consultar en su página Web, esto le ahorra tiempo, dinero y reduce el número de llamadas telefónicas del establecimiento.

Misión: Formar profesionales como líderes empresariales de éxito para un mundo globalizado. Con alto nivel académico, formación integral y valores morales, éticos, cristianos y con una profunda identidad nacionales, proporcionando estas oportunidades a un al porcentaje de la población Guatemalteca.

Visión: Llegar a ser un centro educativo reconocido a nivel nacional e internacional, gracias al buen nivel académico que manejamos. Formar líderes de éxito.

Valores:

- El trabajo arduo, el esfuerzo honesto, el respeto y amor al estudio.
- El servicio comunitario, el liderazgo y una interpretación de nuestro cambiante mundo orientada a mejorarlo.
- Personal docente y administrativo que supera las expectativas y demuestra sincero interés por el bienestar de cada alumno.

- La participación estudiantil en un programa equilibrado a nivel curricular y extracurricular.
- Padres, alumnos y educadores que trabajan en equipo y se comunican constantemente
- Ambiente atractivo y seguro que permite el aprendizaje eficaz.
- Junta Directiva que asegura la ejecución de un programa educativo competitivo y promueve ambiente entusiasta y tolerante.

Fundación Cambridge:

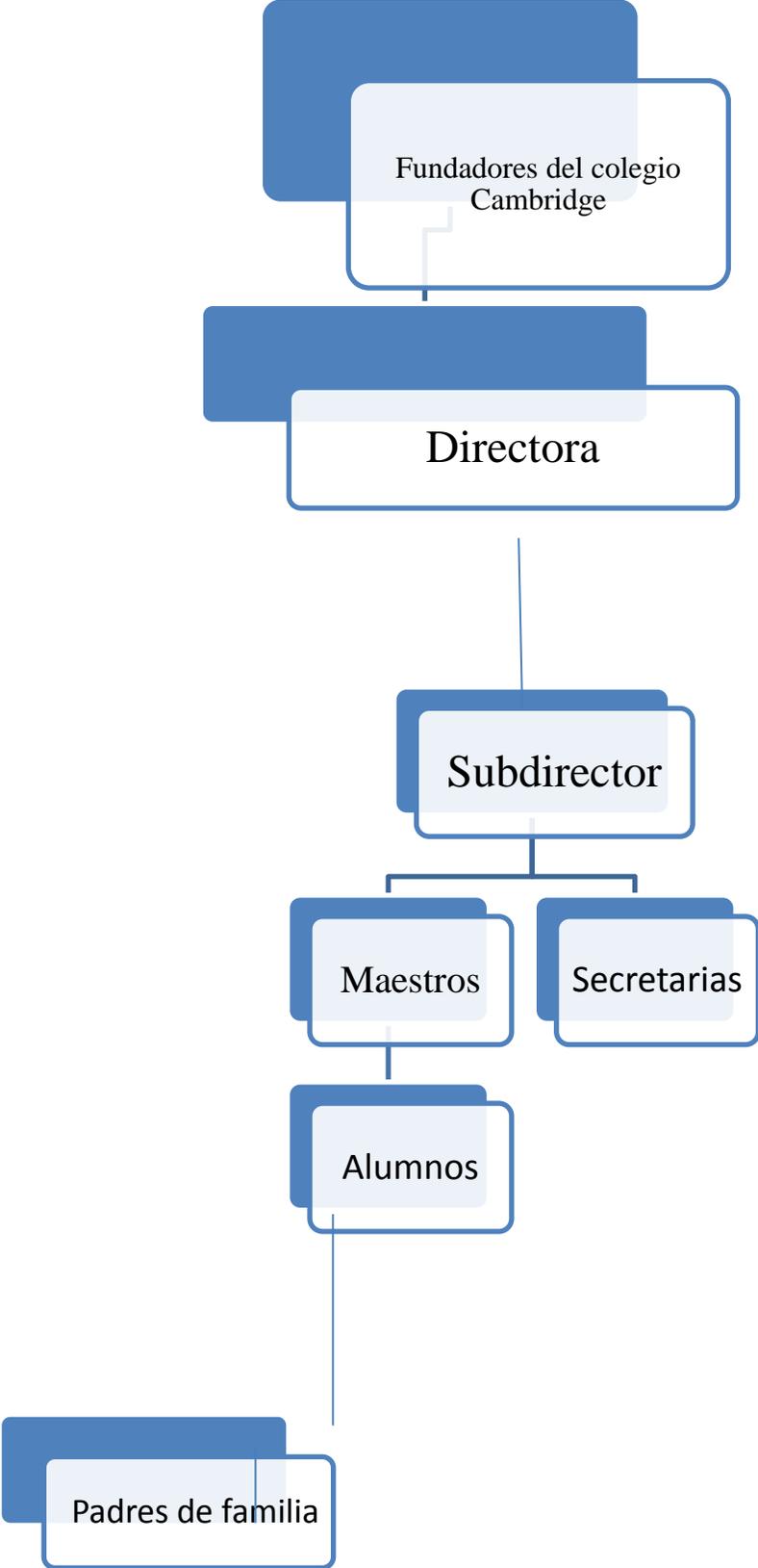
Misión:

Somos una fundación comprometida con Guatemala, convencidos que la educación integral con valores morales, éticos y cristianos logran romper el ciclo de pobreza, por lo que trabajamos en llevar educación a los menos afortunados tanto en el área metropolitana como en el área rural, principalmente al área maya-kekchi, que es una de las áreas más necesitadas de Guatemala.

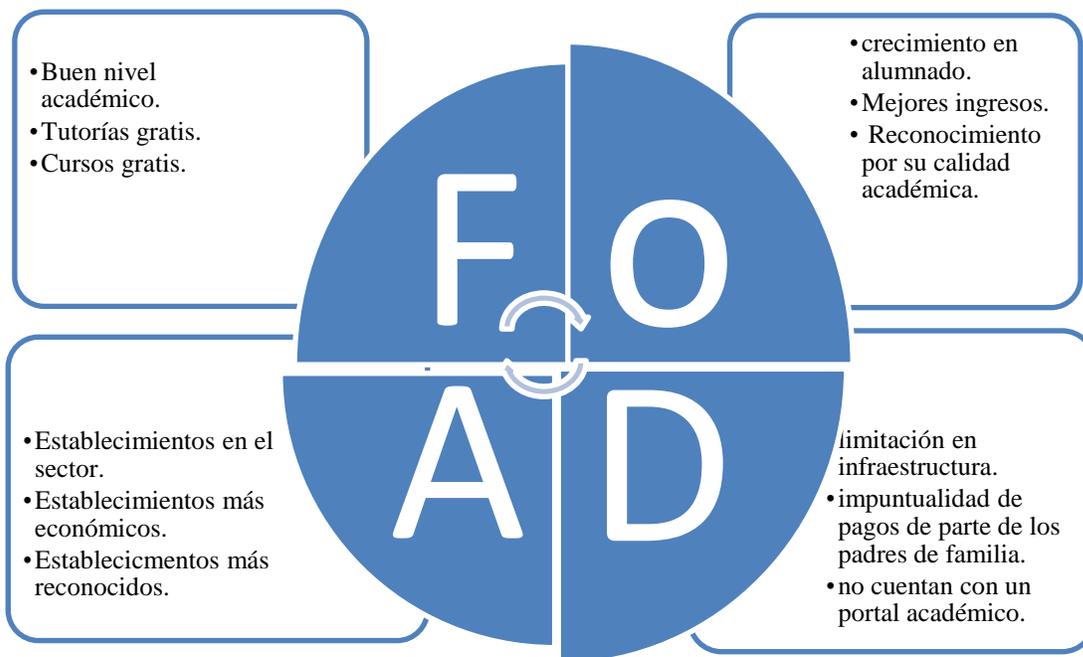
Visión:

Llevar educación integral con valores morales, éticos y cristianos a la mayor cantidad de adolescentes y adultos de escasos recursos del área metropolitana y área rural, principalmente en el área maya-Kekchi, para que logren el desarrollo de sus comunidades y mejorar su situación social y económica.

Organigrama del Colegio Cambridge International School



Análisis FODA:



El colegio Cambridge International School cuenta con buen nivel académico, personal calificado profesionalmente, con constante innovación en tecnología como en formas de enseñanza para la mejora continua en la educación de sus estudiantes para competir con el resto de establecimientos educativos. Esta manera posicionarse en un adecuado nivel de competencia. Por los resultados favorables que ha logrado obtener dicho establecimiento educativo, una de sus mayores debilidades es la limitación en su infraestructura ya que no se da abasto.

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

Capítulo V

Definición del grupo objetivo:

Según lo observado e investigado por medio de una encuesta se llegó a la conclusión que el grupo objetivo con frecuencia visita la web ya sea por distracción, información o trabajo. Ya que se ha vuelto un factor fundamental para la vida cotidiana del grupo objetivo. Por lo tanto, un sitio web será eficiente estrategia para este tipo de mercado.

5.1. Perfil geográfico:

Guatemala es la capital del país, por lo que a ella debe su nombre. Es una ciudad palpitante, con dos millones de personas, en donde confluyen todas las tradiciones culturales el país, así como los aportes de emigrantes europeos y asiáticos.

En el Centro Histórico pueden visitarse templos del período hispánico junto a cafés que funcionan en construcciones añejas y los barrios modernos.

El clima de Guatemala presenta temperaturas que varían considerablemente con la altitud. Por encima de los 1000 m, los días son templados y las noches frescas. La temperatura media anual es de alrededor de 20°C. El clima de las llanuras costeras es más tropical, con temperatura media anual de 28°C. La estación húmeda se extiende de mayo a octubre.

Guatemala es el país más poblado de América Central, con una población estimada en 15,08 millones de habitantes. La sociedad guatemalteca está, desde la conquista española, dividida en dos grupos: por una parte los indios de origen maya, que constituyen la mitad de la población de Guatemala, de una extrema pobreza, viven principalmente en las altas tierras poco fértiles; por otra parte, los "ladinos", mestizos y descendientes de los españoles, esencialmente urbanos.

Tabla niveles socioeconómico:

Localización	Área central del país
Cabecera departamental	Guatemala de la Asunción o Ciudad de Guatemala
Altitud	1,500 mts. sobre el nivel del mar
Extensión	2,253 kms ²
Municipios	Guatemala, Mixco, Fraijanes, Santa Catarina Pinula, San José Pinula, San José del Golfo, Palencia, Chinautla, San Pedro Ayampuc, San Pedro Sacatepéquez, San Juan Secatepéquez, San Raimundo, Amatitlán, Villa Nueva, Villa Canales, San Miguel Petapa
Clima	Su clima es templado la mayor parte del tiempo. La temperatura promedio anual es de 20°C. Se marcan dos estaciones: lluviosa de mayo a octubre y seca de noviembre a abril.
Población	3 millones de habitantes, aproximadamente
Idioma	Español, Pokoman y Kakchiquel
Fiesta Titular	15 de Agosto, en honor a la Virgen de la Asunción

- http://www.guatemalaok.com/index.php?option=com_content&view=article&id=229:guatemala&catid=64:departamentosdeguatemala&Itemid=261
- http://www.deguate.com.gt/artman/publish/geografia/Datos_geogr_ficos_de_Guatemala_3126.shtml#.Ui-SAtJLN4o

5.2. Perfil demográfico:

En el colegio Cambridge International School según lo investigado el nivel socioeconómico predomina es el nivel c-.

Educación	Media completa.
Ingreso	Q. 8 Mil a Q. 4 Mil.
Vivienda	Casa, rentado, apartamento.
Posesiones	Auto compacto sin seguro.
Bienes de comodidad	1 celular, cable, radio, electrodomésticos básicos.
Diversión	Parques, estadios, CC. Cine.

5.3. Perfil psicográfico:

Según la encuesta realizada al grupo objetivos, se pudo notar que la mayoría le dedica mucho tiempo a la web, amigos y aparatos electrónicos. No cuentan con el hábito de estudio, necesitan que alguien los guíe y motiven para cumplir sus tareas debido a las muchas distracciones que tienen.

5.4. Perfil conductual:

Debido al amplio tiempo que el grupo objetivo le dedica a navegar por la web, un sitio web sería un buen enganche para llegar, posicionarse y mantenerse en la mente del grupo objetivo. Sería una manera más inmediata y efectiva debido a la constante atención que le tienen a todo lo que sucede en la red. Se pudo determinar este punto, gracias a la cuantificación de la encuesta realizada. (Ver anexo encuesta de perfiles)

Capítulo VI: Marco teórico

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

6.1.2. Colegio:

Según la página <http://www.definicionabc.com/social/colegio.php> define que:

- Se utiliza el término colegio para definir a todo establecimiento o institución en el que se imparte algún tipo de enseñanza, pudiendo darse de modo público o privado.

En el sitio web <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/colegio> comparte que:

- La palabra latina “collegium” es el origen etimológico de la española colegio, de “com” que se traduce como con, y “leg” que es elegir, siendo entonces su significado el de grupo de personas que se eligen para trabajar juntas.

La página http://www.trabajosocialclm.com/index.php?option=com_content&view=article&id=21&Itemid=14 muestra que:

- El Colegio realiza una importante labor como movimiento asociativo de los profesionales de Trabajo Social y como Órgano de representación, donde se aúnan los esfuerzos de todo el colectivo como herramienta de participación y de inserción de planteamientos y reivindicaciones ante el conjunto de la sociedad.

- Institución que se dedica a la enseñanza primaria y secundaria de niños y jóvenes; Casa o edificio en el que tiene lugar la enseñanza de esta institución; Enseñanza, cursos impartidos a los niños y jóvenes en ese edificio.

6.1.3. Colegio privado:

Según la página: <http://www.mejorescolegios.es/la-diferencia-entre-colegios-publicos-colegios-concertados-y-colegios-privados/> expresa que:

- En una empresa privada de educación financiada exclusivamente por los padres de los alumnos. Tienen completa libertad de gestión y cierta libertad de currículum, dentro de los límites establecidos por el gobierno. Suelen impartir todos los niveles educativos aunque tienen libertad para limitarlo si así lo desean. El límite de plazas y el acceso a las mismas depende de los condicionantes y criterios establecidos por el propio colegio.
- Un colegio privado, es el colegio que no pertenece al Estado y por lo tanto se debe pagar un monto monetario para obtener servicios educativos. Por lo general este tipo de colegio son más avanzados que los estatales en cuanto a estudios, materias, etc.

6.1.4. Servicio educativo:

La página <http://www.itsurdenayarit.edu.mx/servicioseducativos.php> informa que:

- Consiste en: “La prestación de los servicios que el Instituto ofrece para dar cumplimiento a los requisitos del cliente.

Según el sitio

http://colegio.redp.edu.co/patiobonito1/index.php?option=com_content&view=article&id=10:el-servicio-educativo&catid=8:principal&Itemid=7 señala que:

- El servicio educativo comprende el conjunto de normas jurídicas. Los programas curriculares, la educación por niveles y grados, la educación no formal, la educación informal, los establecimientos educativos, las instituciones sociales (estatales o privadas) con funciones educativas, culturales y recreativas, los recursos humanos, tecnológicos, metodológicos, materiales, administrativos y financieros, articulados en procesos y estructuras para alcanzar los objetivos de la educación”
- Son todos aquellos que se contemplan en la Constitución de cada país, refiriéndose a los derechos y obligaciones que poseamos todos los residentes en el país al derecho que tenemos de recibir del estado educación, regula el sistema educativo de la comunidad.

6.2.5. Educación:

La página <http://www.colegioamigo.com/el-colegio-conocenos-un-poco-mejor/ideario/concepto-de-educacion> sugiere que:

- Entendemos por Educación el proceso sistemático de desarrollo integral de la persona que la capacita para integrarse como miembro activo de la sociedad, dentro de una concepción cristiana de la vida.

Según <http://ticserendipity.wordpress.com/2009/08/20/el-concepto-de-educacion/>

demuestra que:

- Es el proceso por el que el hombre se forma y define como persona. La palabra educar viene de educere, que significa sacar afuera. Aparte de su concepto universal, la educación reviste características especiales según sean los rasgos peculiares del individuo y de la sociedad.

La página web <http://es.scribd.com/doc/7622903/Concepto-de-Educacion>. Propone que:

- Es la presentación sistemática de hechos, ideas, habilidades y técnicas a los estudiantes. la educación es gratuita para todos los estudiantes. Sin embargo, debido a la escasez de escuelas públicas, también existen muchas escuelas privadas y parroquiales. Debe ayudar y orientar al educando para conservar y utilizar nuestros valores, fortaleciendo la identidad nacional.
- El proceso multidireccional mediante el que se transmiten conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar. La educación no sólo se produce a través de la palabra, pues está presente en todas nuestras acciones, sentimientos y actitudes.

6.2.6. Nivel diversificado:

- Tiene por finalidad profundizar los conocimientos científicos, humanísticos y tecnológicos de los estudiantes, así como continuar con su formación ética, ciudadana y particularmente, prepararlos para su incorporación digna y eficaz al mercado de trabajo y para proseguir sus estudios en educación superior, constituye el tercer nivel educativo, cuya duración es de tres años.

6.2.7. Diplomados:

En la página <http://definicion.de/diploma/> recalca que:

Diplomado es un término que procede del vocablo latino *diplōma*, aunque su origen más remoto se halla en un concepto griego que puede traducirse como “doblar”. Un diploma es un título, un certificado o una credencial que expide una entidad o una corporación para acreditar algo (un grado académico, un premio, etc.).

En el sitio <http://www.ipm.upel.edu.ve/index.php/extension-academica/diplomados-en> comunica que:

- El Diplomado es un producto académico dinámico y flexible de servicio a la comunidad, no conducente a título ni grado académico, diseñado para la formación de recursos humanos en la profundización y actualización de conocimientos en diferentes áreas profesionales, que satisface necesidades específicas del entorno de cada institución. Se ubican como cursos de capacitación de nivel avanzado.

La página <http://www.significadode.org/diplomado.htm> comenta que:

- El diplomado es un curso de postgrado, el cual en sí mismo no posee título ni grado académico, es más bien un curso de capacitación en un tema X constituido por varios módulos. Puede durar entre 2-8 meses dependiendo del curso, del programa, de la carga horaria, etc. En muchos países se exige mínimamente una carga horaria de 200 horas, los mejores programas abarcan casi 600 horas.

- Un curso o especialización en la cual no avanza de grado académico, solamente cursa una conferencia la que te sirvió para aprender cosas nuevas, pero no por eso ser licenciado o maestro en algo. Generalmente dura poco tiempo y al final dan diploma como reconocimiento de ese curso o materia.

6.2.8. Becas:

De acuerdo a la página <http://definicion.de/beca/> define que:

- Una beca es una subvención que se entrega a alguien para que realice estudios o investigaciones. Por lo general se concreta como un aporte económico a los estudiantes o investigadores que no cuentan con el capital suficiente para solventar sus estudios o trabajos investigativos.

La página <http://es.thefreedictionary.com/beca> comparte que:

- Una beca. Ayuda económica que se concede a una persona para que pague los gastos que le supone cursar unos estudios, desarrollar un proyecto de investigación o realizar una obra artística.

Según la pagina <http://programasbecas.educacionsuperior.gob.ec/apoyo-y-fomento-al-talento-humano/que-es-una-beca>. Dice que:

- Beca es un financiamiento que se otorga para realizar estudios de tercer y cuarto nivel o investigaciones en el país o en el exterior, previo cumplimiento de determinados requisitos.

- Una beca es un aporte económico que distintas organizaciones entregan para realizar estudios en base a mérito, previo cumplimiento de ciertos requisitos. Una beca puede ser total o parcial, dependiendo de qué porcentaje de los estudios cubre. La mayoría de las veces, los beneficiarios de la beca no la deben reembolsar.

6.2 conceptos Fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño:

6.2.1 conceptos fundamentales relacionados con la comunicación:

6.2.1.1. Comunicación:

El libro virtual Manual de la comunicación para un estudiante universitario: MARTIN SATZ TO : AÑO 2009 primera edición comenta que:

- Es el punto (persona, organización...) que elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje; es decir, los codifica para poder llevarlo de manera entendible al receptor. En el emisor se inicia el proceso comunicativo.

La página <http://definicion.de/comunicacion/> sugiere que:

- La palabra deriva del latín *comunicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.

De acuerdo a la página <http://www.elementosdelacomunicacion.com/definicion-de-elementos-de-la-comunicacion.htm> informa que:

- Según el Diccionario de la Lengua de la Real Academia Española de la Lengua, comunicación es la “TRANSMISIÓN DE SEÑALES MEDIANTE UN CÓDIGO COMÚN AL EMISOR Y AL RECEPTOR”
- La comunicación puede ser definida como la transmisión o intercambio de ideas, opiniones o información mediante el habla, la escritura o los signos. Los elementos de la comunicación son emisor-receptor, los mensajes, los canales, el ruido, la retroalimentación y ajuste. Todos estos elementos son importantes para el proceso de comunicación.

6.2.1.2. Emisor:

En la página <http://html.rincondelvago.com/el-proceso-de-comunicacion.html> dice que:

- Persona que emite el mensaje o información.

Según el sitio web http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm indica que:

- Aquél que transmite la información (un individuo, un grupo o una máquina).

El sitio web <http://epcyecompetencias.galeon.com/productos2262766.html> propone que:

- Genera un mensaje, a través de un canal determinado y lo transmite al perceptor.
- Persona que emite el mensaje en el acto de la comunicación.

6.2.1.3. Receptor:

La página <http://epcyecompetencias.galeon.com/productos2262766.html> muestra que:

- Es quien recibe el mensaje, lo procesa y luego retroalimenta al emisor.

En la página http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/es01/t1/teoria_1.htm comenta que:

- Aquél, individual o colectivamente, que recibe la información. Puede ser una máquina.

La página <http://procesos.com/el-proceso-de-comunicacion.html> expresa que:

- Persona o personas que reciben el mensaje.

- Persona o grupo de personas que reciben el mensaje.

6.2.1.4. Canal:

En el sitio web <http://html.comunicarseo.com/el-proceso-de-comunicacion.html> define que:

- Medio o vía utilizado para transmitir el mensaje.

El sitio web <http://epcyecompetencias.galeon.com/productos2262766.html> propone que:

- Es el medio por el cual se trasmite el mensaje.

La página web http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm dice que

- Elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales. Se denomina canal tanto al medio natural (aire, luz) como al medio técnico empleado (impresión, telegrafía, radio, teléfono, televisión, ordenador, etc.) y se perciben a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto, olfato y gusto).
- Elemento físico que establece la conexión entre el emisor y el receptor.

6.2.1.4. Código:

La página http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm muestra que:

- Conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje.

La página web <http://www.definicionabc.com/comunicacion/comunicacion.php> expresa que:

- Sistema de signos y reglas combinados con la intención de poner algo en conocimiento.

La página ABC: <http://www.definicionabc.com/comunicacion/comunicacion.php#ixzz2ifw4BGJ3> comenta que:

- Conjunto de signos y reglas necesarios para la elaboración del mensaje tanto el emisor como el receptor han de conocer estas reglas de codificación y descodificación.

- Es un conjunto de signos sistematizado junto con unas reglas que permiten utilizarlos. El código permite al emisor elaborar el mensaje y al receptor interpretarlo. El emisor y el receptor deben utilizar el mismo código. La lengua es uno de los códigos más utilizados para establecer la comunicación entre los seres humanos.

6.2.1.5. Mensaje:

La página http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm indica que:

- La propia información que el emisor transmite.

El sitio web <http://epcyecompetencias.galeon.com/productos2262766.html> propone que:

- Representa la información que el emisor desea transmitir al receptor, y que contiene los símbolos verbales (orales o escritos) y no verbales.

En sitio web <http://roble.pntic.mec.es/msanto1/lengua/1comunic.htm> expresa que:

- Información que el emisor envía al receptor.
- Formado por las diferentes ideas o informaciones, que se transmiten mediante códigos, claves, imágenes, etc., cuyo significado interpretará el receptor

6.2.1.6. Comunicación informativa:

La página <http://www.ani.gov.co/glosario/comunicacion-informativa> indica que:

- Constituida por la información amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés externos, sobre los objetivos y los resultados comparativos de su gestión.

Constituye la rendición de cuentas ante los diferentes grupos de interés, órganos encargados de la vigilancia fiscal en el uso de los recursos públicos y a generar el respeto por lo público y lo institucional.

En el sitio web <http://es.thefreedictionary.com/informaci%C3%B3n> comenta que:

- Noticia o noticias que uno trata de saber.
- Investigación de la calidad y circunstancias necesarias en un sujeto.

En la página <http://definicion.de/informacion/> propone que:

- La información está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento.
- La comunicación informativa es el tipo de comunicación que se define como la manera de decir algo para enterar a una o varias personas para que tengan noción sobre un tema o noticia explícita de manera que estén informados sobre un suceso o algún tema, ya sea bibliográfico, científico o de otra índole

6.2.1.7. Comunicación escrita:

El sitio web <http://esyfcgij.spot.com/> define que:

- La comunicación escrita, a diferencia de la oral, no está sometida a los conceptos de espacio y tiempo. La interacción entre el emisor y el receptor no es inmediata e incluso puede llegar a no producirse nunca, aunque aquello escrito perdure eternamente.

La página web <http://www.buenastareas.com/ensayos/Definici%C3%B3n-De-Comunicaci%C3%B3n-Escrita/3122292.html> señala que:

- La comunicación escrita es aquella que precisamente se realiza por escrito. El emisor es una persona que produce textos (obras escritas, cuentos, novelas, poemas, artículos periodísticos, trabajos de investigación etc.)

El sitio web <http://es.scribd.com/doc/49388946/COMUNICACION-ESCRITA> define que:

- Es aquella que, en el momento de iniciarse, emisor y receptor no tienen necesariamente que coincidir en el espacio y en el tiempo.
- La comunicación escrita tiene un papel importante en la informática, ya que con ella se hace posible una comunicación clara y directa; un ingeniero informático necesita manejar la comunicación escrita para comunicarse con sus compañeros de trabajo. El principal medio que usa un informático son los correos electrónicos.

6.2.1.8. Publicidad institucional:

El sitio web <http://www.docstoc.com/docs/33641626/publicidad-institucional> dice que:

- La publicidad institucional es el marketing diseñado para promocionar una empresa, en lugar de un determinado bien o servicio.

La página <http://www.buenastareas.com/ensayos/Publicidad-Institucional-y-Promocional/4346190.html> indica que:

- Se usa para resaltar la imagen y reforzar la confianza y credibilidad en las empresas.
- Se utiliza para dar a conocer los éxitos de la Compañía, la posición de la Compañía en el mercado, mejorar la comunicación con agentes, distribuidores, mostrar los cambios en la personalidad corporativa, etc.

En la página <http://www.entrementes.net/que-es-publicidad-institucional/> propone que:

- Son las acciones de promoción realizadas con la finalidad de vender una idea, es decir, el objetivo del emisor es distinto a la venta de un producto o un servicio. Comúnmente se diseñan para hacer que el público tome conciencia de algún tema en específico o para mejorar la imagen de una marca.
- Se le llama también publicidad corporativa y se enfoca en establecer una identidad corporativa o en ganarse al público sobre el punto de vista de la organización.

6.2.1.9. Publicidad persuasiva:

La página http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/persuasionenla_publicidad/ muestra que:

- Comunicación persuasiva, es decir, un tipo de comunicación que busca crear o modificar actitudes hacia productos, servicios ideas o instituciones

En la página <http://www.economia48.com/spa/d/publicidad-persuasiva/publicidad-persuasiva.htm> comenta que:

- También llamada publicidad combativa o competitiva. La publicidad persuasiva es aquella cuya finalidad es influenciar más bien que informar.

Conforme a al sitio web <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/checklists/5-maneras-de-convertir-la-publicidad-en-persuasion/> expresa que:

- El objetivo de toda campaña publicitaria es la persuasión. Los anuncios están diseñados para que las personas emprendan algún tipo de acción, ya sea comprar un producto o votar a un político.
- La persuasión publicitaria es uno de los factores discursivos utilizados en publicidad que remite a un enfoque informativo y argumentativo. Tradicionalmente, es el método más vinculado con las tácticas publicitarias. A diferencia de la seducción, la persuasión tiene como finalidad convencer al receptor a través de una argumentación racional y provocar en él una acción: la compra del producto.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño:

6.2.2.1. Diseño:

Según la página <http://definicion.de/disenio/> informa que:

- Diseño se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades.

En la página <http://habitat.uaslp.mx/academica/ofertaeducativa/Dgrafico/Paginas/D>

[Grafico.aspx](http://habitat.uaslp.mx/academica/ofertaeducativa/Dgrafico/Paginas/DGrafico.aspx) propone que:

- Disciplina inminentemente creativa que da respuesta mediante impactos visuales a necesidades específicas de comunicación a través de un proceso intelectual, analítico y deductivo.

La página

http://www.artedinamico.com/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.php?it=718&categoria

=1 comparte que:

- Proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores. y elementos con miras a la realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales, se usa también en relación con los objetos creados por esa actividad.

- El diseño gráfico es una profesión cuya actividad industrial está dirigida a idear y proyectar mensajes visuales, contemplando diversas necesidades que varían según el caso: estilísticas, informativas, identificatorias, vocativas, de persuasión, de código, tecnológicas, de producción, de innovación, etc.

6.2.2.2.Elementos de diseño:

Conforme la página

http://recursos.cnice.mec.es/fp/artes/ut.php?familia_id=5&ciclo_id=1&modulo_id=6&unidad_id=190&menu_id=2274&pagestoyen=1&padre_id=0&submenu_id=3382&ncab=1&contadort=0 dice que:

- Los elementos del diseño juegan un papel fundamental en la visualización previa de la idea en la que el diseñador va a trabajar.

En la página http://www.ecured.cu/index.php/Elementos_b%C3%A1sicos_del_Dise%C3%B1o_Gr%C3%A1fico comenta que:

- Elementos básicos del Diseño Gráfico. Es el proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de elementos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. Su función principal será transmitir una información determinada por medio de composiciones gráficas, que se hacen llegar al público destinatario a través de diferentes soportes, como folletos, carteles, trípticos, etc.

En el sitio web http://www.ehowenespanol.com/elementos-diseno-textiles-ropa-info_185365/comunica que:

- Los elementos de diseño son los componentes básicos de un arreglo de dos o tres dimensiones. Cualquier trabajo visual puede ser diseccionado para identificar los cinco elementos de diseño.
- Los elementos de diseño son un apoyo fundamental al momento de diseñar, pues con ellos inicia la creación de cualquier cosa entre los elementos se encuentran los Elementos Conceptuales, elementos Visuales, elementos de Relación elementos Prácticos.

6.2.2.3.Elementos visuales

Según la página <http://www.buenastareas.com/ensayos/Elementos-Visuales-Del-Dise%C3%B1o/1790740.html> recalca que:

- Es la línea visible del dibujo, tiene largo y ancho. Su color y textura quedan determinados por los materiales usados y como se usan. Tienen forma, color, medida y textura. Son la parte más prominente del Diseño.

Conforme a la página <http://www.arqhys.com/arquitectura/visuales-elementos.html>

propone que:

- Son la parte más prominente del Diseño.
- Es cuando dibujamos un objeto en un papel, empleamos una línea visible para representar una línea conceptual, cuando los elementos conceptuales se hacen visibles, tienen forma, medida, color y textura.

6.2.2.4. Forma:

La página <http://es.scribd.com/doc/18413239/Elementos-del-diseno> muestra que:

- Forma, Todo lo visible tiene una forma, aporta para la percepción del ojo una identificación del objeto.

En la página <http://www.buenastareas.com/ensayos/Elementos-Visuales-Del-Dise%C3%B1o/1790740.html> sugiere que:

- Forma: Todo lo que pueda ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción.

Conforme a la página <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1297.php> señala que:

- Definida por disposición geométrica. La forma de una zona o contorno va a permitirnos reconocerlas como representaciones de objetos reales o imaginarios.

- Todo lo que pueda ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción

6.2.2.4. Medida:

En la página <http://www.arqhys.com/arquitectura/visuales-elementos.html> informa que:

- Medida: El tamaño de las formas. Es relativo si lo describimos en términos de magnitud y pequeñez, pero así es físicamente medible.

Según la página <http://es.scribd.com/doc/18413239/Elementos-del-diseno> expresa que:

- Medida: Todas las formas tienen un tamaño.

La página <http://www.buenastareas.com/ensayos/Elementos-Visuales-Del-Dise%C3%B1o/1790740.html> indica que:

- Es relativo si lo describimos en términos de magnitud y pequeñez, pero así es físicamente medible.
- Todas aquellas formas que poseen un tamaño, “las medidas y las dimensiones son relativas y poco uniforme, son asimismo físicamente mensurables, ya que responden a varias aplicaciones y usos, según sea el proyecto, así como la magnitud real del mismo”.

6.2.2.5. Textura:

En la página <http://es.scribd.com/doc/18413239/Elementos-del-diseno> muestra que:

- Tiene que ver con el tipo de superficie resultante de la utilización del material. Puede atraer tanto al sentido del tacto como al visual.

En el sitio web <http://www.buenastareas.com/ensayos/Elementos-Visuales-Del-Dise%C3%B1o/1790740.html> comparte que:

- Textura: Se refiere a las cercanías de la superficie de una forma. Puede ser plana o decorada, suave o rugosa y puede atraer, tanto el tacto como la vista.

Según la página <http://www.arqhys.com/arquitectura/visuales-elementos.html> define que:

- Textura: Se refiere a las cercanías de la superficie de una forma. Puede ser plana o decorada, suave o rugosa y puede atraer tanto el tacto como la vista.
- La textura se refiere a las cercanías en la superficie de una forma, puede ser plana, suave o rugosa; y puede atraer, tanto al sentido del tacto como a la vista.

6.2.2.7.Diagramación:

En el sitio web http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/libros/comunicacion/fundamentos_de_diagramacion/dise%C3%B1o_grafico.htm señala que:

- Diagramar es distribuir, organizar los elementos del mensaje bimedia (texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de jerarquización (importancia) buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografías y colores).

En la página <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per87.htm> recalca que:

- Diagramación se hace referencia a la parte visual de un impreso; es decir, al proceso de reunir, de una manera orgánica y armónica, los textos e imágenes que pretenden

ser entregados al lector. De esto se encarga el departamento de diseño del periódico.

De acuerdo al sitio web <http://personales.upv.es/luileito/asfl/docs/practicas/10-diagramacion.pdf> expresa que:

- La diagramación consiste básicamente en la distribución de elementos en un espacio.
- Diagramar es distribuir, organizar los elementos del mensaje bimedia (texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de jerarquización (importancia) buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografías y colores).

6.2.2.8. Maquetación:

El sitio web <http://www.fotonostra.com/grafico/maquetacion.htm> muestra que:

- Composición de una página, compaginación de diferentes elementos. Son términos diferentes, que se utilizan para hacer referencia a una misma cosa; la forma de ocupar el espacio del plano medible, la página.

En la página <http://gasparbecerra.files.wordpress.com/2008/11/maquetacion1.pdf> recalca que:

- La maquetación es la composición de una página, la compaginación de diferentes elementos. Es la forma de ocupar el espacio del plano de la página.

Según la página <http://informatica.frch.utn.edu.ar/?p=140> dice que:

- La maquetación, también llamada a veces diagramación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.
- Maquetar es disponer los elementos visuales de una página web con el fin de crear lo que llamaríamos la "interfaz de usuario" es decir, aquellos elementos con los que el navegante interactúa.

6.2.2.9. Composición:

En la página web http://www.aloj.us.es/galba/digital/cuatrimestre_ii/imagen-pagina/2elementos5.htm comparte que:

- La composición es la disposición equilibrada de los elementos de la imagen que se ordenan para expresar sensaciones favorables en un espacio determinado. La distribución de estos elementos debe realizarse en función de una estructura interna que tenga una significación clara o intención coincidente con el mensaje que se quiera transmitir.

La página <http://definicion.de/composicion/> indica que:

- Composición es la acción y efecto de componer (juntar varias cosas y colocarlas en orden para formar una; constituir algo). Una composición puede ser una obra artística (literaria, musical, etc.) o científica.

El sitio web <http://www.escenografia.cl/comp.htm> comparte que:

- Es la organización estructural voluntaria de unidades visuales en un campo dado, de acuerdo a leyes preceptuales con vistas a un resultado integrado y armónico.
- Es la distribución o disposición de todos los elementos que se incluyen en un diseño o composición, de una forma perfecta y equilibrada.

6.2.2.10. Color:

En la página <http://edafologia.ugr.es/optmine/ppl/color.htm> indica que:

- Algunas radiaciones electromagnéticas producen determinadas sensaciones en el organismo humano al ser recibidas por sensores externos, tal es el caso del sonido, calor, o la luz, en este caso al incidir sobre el ojo. Cada frecuencia (o su inverso, la longitud de onda) produce una sensación diferente, conocida como color.

Según el sitio web <http://www.fotonostra.com/grafico/teoriacolor.htm> propone que:

- El color es un atributo que percibimos de los objetos cuando hay luz. La luz es constituida por ondas electromagnéticas que se propagan a unos 300.000 kilómetros por segundo. Esto significa que nuestros ojos reaccionan a la incidencia de la energía y no a la materia en sí.

En el libro virtual de Eva Heller: Psicología del color, Cómo actúan los colores en los sentimientos y razón: 2008 comenta que

- Fenómeno óptico que transmite sensaciones y sentimientos.

- El color es una experiencia visual una impresión sensorial que recibimos a través de los ojos.

6.2.2.11. Circulo cromático:

El sitio web <http://www.definicionabc.com/general/circulo-cromatico.php> comenta que:

- Forma de representación geométrica y plana de los colores. El círculo cromático no es más que una simbolización de la escala de colores que forman el universo y que el ser humano puede observar con su visión. Estos colores están dispuestos de manera escalonada y progresiva entre diferentes tonos del mismo color que acercan a uno o otro color distinto.

En la página http://www.todacultura.com/acuarelas/circulo_cromatico.htm sugiere que:

- Se denomina círculo cromático a la representación gráfica sobre un círculo con los seis colores reflejados en la descomposición de la luz visible del espectro solar.

La página http://www.ecured.cu/index.php/C%C3%ADrculo_crom%C3%A1tico expresa que:

- Los principios del círculo cromático están basados en los colores primarios rojo, azul y amarillo, mismos que aplicados en pequeños detalles resultan muy acertados y pueden revitalizar y alegrar un espacio demasiado sobrio. Del rojo, azul y amarillo, se desprenden los colores secundarios y terciarios, sumando en total 12 colores cuya combinación de tonos y matices son ilimitados. Utiliza el círculo cromático como base para crear innovadores combinaciones. Éste te será de gran utilidad para elegir y contrastar las distintas gamas de color.

- El círculo cromático es una clasificación de los colores. Se denomina círculo cromático al resultante de distribuir alrededor de un círculo los colores que conforman el segmento de la luz. Los colores más comunes de encontrar en un círculo cromático son seis: amarillo, anaranjado, rojo, violeta, azul y verde, aunque para las artes gráficas en el formato digital los colores sean amarillo, rojo, magenta, azul, cian y verde. La mezcla de estos colores puede ser representada en un círculo de 12 colores, haciendo una mezcla de un color con el siguiente y así sucesivamente se puede crear un círculo cromático con millones de colores.

6.2.2.12. Colores corporativos:

La página <http://www.blackandroman.com/disenio-grafico-y-colores-corporativos-son-importantes-para-tu-marca/> propone que:

- El color corporativo es muy importante porque va a ser el que nos represente, y estará presente en cada una de las partes de la empresa, desde el logotipo, rótulos, carteles, papelería hasta la señalización corporativa.

En el sitio web <http://www.artesvisuales.net/identidad-corporativa/logotipos/el-color-corporativo> muestra que:

- Color corporativo será uno de los elementos más determinantes, ya que será uno de los identificadores básicos que tendrá posteriormente la marca. El color, en general, comprende procesos emotivos y de asociación con el entorno.

De acuerdo a <http://www.tecneplas.net/noticias/tabid/55/entryid/20/colores-corporativos.aspx> sugiere que:

- El éxito o fracaso de una empresa puede depender de una tonalidad. Atractivo, simple, práctico, único y adaptable. A la hora de poner en marcha un negocio debemos elegir muy bien nuestro color corporativo ya que está demostrado que algo aparentemente tan insignificante, como puede ser una tonalidad, dará al traste con el éxito de un negocio.
- Una de las cosas más importantes a la hora de crear tu empresa es elegir muy bien sus colores corporativos. Los colores corporativos son los que van a representar y diferenciar a la empresa de las demás.

6.2.2.13. Tipografía:

El sitio web <http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.htm> señala que:

- Tipografía como el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras.

La página http://diseno.ciberaula.com/articulo/tipografia_diseno_grafico/ informa que:

- La finalidad de toda composición gráfica es transmitir un mensaje concreto. Para ello, el diseñador se vale de dos herramientas principales: las imágenes y los textos. Además de su componente significativo, cada letra de una palabra es por sí misma un elemento gráfico, que aporta riqueza y belleza a la composición final.

Conforme la página <http://definicion.de/tipografia/> expresa que:

- Se conoce como tipografía a la destreza, el oficio y la industria de la elección y el uso de tipos (las letras diseñadas con unidad de estilo) para desarrollar una labor de impresión. Se trata de una actividad que se encarga de todo lo referente a los símbolos, los números y las letras de un contenido que se imprime en soporte físico o digital.
- La tipografía es una herramienta de comunicación es un transmisor de ideas he información. El estilo o forma de las letras provoca diferentes impresiones que pueden ser usadas para persuadir y reforzar ideas presentadas con palabras.

6.2.2.14. Legibilidad:

La página <http://tiposformales.wordpress.com/2010/09/11/241/> define que:

- El término legibilidad hace referencia a la facilidad para distinguir un formato de letra de otro, por medio de las características físicas esenciales del diseño de una tipografía específica

Según el sitio web <http://defharo.com/concepto/legibilidad/> comparte que:

- Algo es legible cuando claramente se ve y se entiende. La legibilidad en el mensaje impreso publicitario es de vital importancia, por la escasez en tiempo, de exposición del mensaje.

En la página <http://coerulea.wordpress.com/2007/09/23/legibilidad-y-leibilidad-dos-conceptos-aparentemente-olvidados-por-los-disenadores/> muestra que

- Legibilidad se entiende a la calidad que tiene un texto de ser legible. La legibilidad no se refiere a que solamente el texto sea fácil de leer, que sea visible. También considera el diseño de las letras, palabras, oraciones y párrafos, es decir, la composición total, deben ser presentadas al lector de forma tal que se logre mantener la atención del mismo.
- La legibilidad es la cualidad que tiene un texto para que pueda ser leído. Pero afinando más se puede decir que la legibilidad se entiende como la cualidad formal que posee el texto para que se pueda percibir con claridad lo escrito.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teoría y tendencias

6.3.1. Ciencias auxiliares:

6.3.1.1. Tecnología:

En el sitio web <http://www.significados.info/tecnologia/> define que:

- La palabra tecnología proviene del griego "*tekhne*" que significa "técnica, arte, oficio, destreza", con el sufijo "*logia*", que significa "estudio de algo". La tecnología es un producto de la ciencia y la ingeniería que consiste en un conjunto de herramientas, métodos y técnicas para resolver problemas y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.

En la página web <http://definicion.de/tecnologia/> comparte que:

- La tecnología está presente en todos los ámbitos de la vida cotidiana. De una forma u otra, casi todas las actividades que realizamos a lo largo del día implican la utilización de algún dispositivo tecnológico.

Según el sitio web <http://tecnoevolucion.jimdo.com/concepto-de-tecnolog%C3%ADa/> define que:

- Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas.
- Es un concepto amplio que abarca un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos, que sirven para el diseño y construcción de objetos para satisfacer necesidades humanas.

6.3.1.2. Computación:

De acuerdo con la página http://www.cad.com.mx/que_es_una_computadora.htm sugiere que:

- Una computadora es un sistema digital con tecnología microelectrónica capaz de procesar datos a partir de un grupo de instrucciones denominado programa. La estructura básica de una computadora incluye microprocesador (CPU), memoria y dispositivos de entrada/salida (E/S), junto a los buses que permiten la comunicación entre ellos. La característica principal que la distingue de otros dispositivos similares, como una calculadora no programable, es que puede realizar tareas muy

diversas cargando distintos programas en la memoria, para que los ejecute el procesador.

La página <http://www.pergaminovirtual.com.ar/definicion/Computacion.html> muestra que:

- El concepto "Computación" refiere al estudio científico que se desarrolla sobre sistemas automatizados de manejo de informaciones, que se lleva a cabo a través de herramientas pensadas para tal propósito. Es de este modo, que aparecen conceptos como la PC, Tecnología, Internet e Informática, que se vinculan entre sí en el marco del procesamiento y movilidad de la información.

Según la página <http://definicion.de/computacion/> comenta que:

- El término computación tiene su origen en el vocablo en latín computatio. Esta palabra permite abordar la noción de cómputo como cuenta o cálculo, pero se usa por lo general como sinónimo de informática (del francés informatique). De esta manera, puede decirse que la computación nuclea a los saberes científicos y a los métodos.
- La Computación es la disciplina que busca establecer una base científica para resolver problemas mediante el uso de dispositivos electrónicos y sistemas computacionales.

6.3.1.3. Pedagogía:

En el sitio web <http://pedagogia.mx/concepto/> señala que:

- La palabra pedagogía deriva del griego paidos, que significa niño y agein, que significa guiar, conducir El que conduce niños (Del gr. pedagogo παιδαγωγός) y

pedagogía παιδαγωγική. La idea que se tiene de pedagogía ha sido modificada porque la pedagogía misma ha experimentado desde principios de siglo cambios favorables.

En la página <http://www.utp.edu.co/~chumanas/revistas/revistas/rev26/gomez.htm> expresa que:

- El término “pedagogía” a menudo es mal comprendido, él designa un campo de conocimientos y de acciones cada vez más complejo. Destinada a los niños o a los adultos, la pedagogía cuenta con una competencia técnica y profesional y constituye un principio de estudio e investigación. Ella no se reduce, como se entiende a veces, a un saber hacer compartido por todos o a un quehacer infantilizante. Nuestra sociedad desarrolla cada vez más “organizaciones aprendices”.

De acuerdo con la página <http://www.definicionabc.com/ciencia/pedagogia.php#xzz2sqYd1U7C> comenta que:

- Se denomina pedagogía a la ciencia encargada del estudio de la educación como fenómeno social. El término se deriva de las raíces griegas “paidos” (niño) y “gogía” (conducir); en efecto, en la antigua Grecia, el pedagogo era el esclavo encargado de educar a los niños.
- La pedagogía es un conjunto de saberes que buscan tener impacto en el proceso educativo, en cualquiera de las dimensiones que este tenga, así como en la comprensión y organización de la cultura y la construcción del sujeto.

6.3.1.4. Andragogía:

La página <http://es.scribd.com/doc/8006593/Concepto-de-Pedagogia-y-andragogia> comparte que:

- Es el arte y disciplina de enseñanza de la educación en donde se busca el desarrollo integral del adulto y procura que se convierta en un individuo autodidacta, un ser activo y capaz de buscar conocimientos por sus propios medios sin tener la necesidad de que sea un trabajo obligatorio sino que se siente motivado a investigar para enriquecer sus conocimientos y así lograr su autorrealización.

El sitio web el http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/125/cd/unidad_3/la_andragogia.htm muestra que:

- Etimológicamente andragogía hace referencia a antropos (hombre) por contraposición a la pedagogía que hace referencia al paidos (niño).

En la página <http://www.andragogia.org/> indica que:

- Es la disciplina que se ocupa de la educación y el aprendizaje del adulto. Etimológicamente la palabra adulto, proviene de la voz latina adultus, que puede interpretarse como "ha crecido" luego de la etapa de la adolescencia.
- Se considera como la disciplina educativa que trata de comprender al adulto, desde todos los componentes humanos, es decir como un ente psicológico, biológico y social.

6.3.1.5. Psicología:

La página web <http://definicion.de/psicologia/> comenta que:

- Es la disciplina que investiga sobre los procesos mentales de personas y animales. La palabra proviene del griego: psico- (actividad mental o alma) y -logía (estudio). Esta disciplina analiza las tres dimensiones de los mencionados procesos: cognitiva, afectiva y conductual.

El sitio web <http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20INGENIERIA%20AGRONOMICA/CARRERA%20DE%20INGENIERIA%20AGRONOMICA/02/PSICOLOGIA/concepto%20e%20historia%20de%20la%20psic.pdf> recalca que:

- Es la ciencia que estudia la conducta y los procesos mentales. Trata de describir y explicar todos los aspectos del pensamiento, de los sentimientos, de las percepciones y de las acciones humanas. Por ser una ciencia, la Psicología se basa en el método científico para encontrar respuestas.

El libro virtual de Psicología para Dummies: Dr. Adam Cash: año 2012: página 110 indica que:

- Es una disciplina entre muchas otras, con las cuales interactúa. Así como todos formamos parte de una comunidad, la psicología forma parte de la comunidad del conocimiento, a la que contribuye con su saber. Es una herramienta para entender al ser humano.

- Es la ciencia que estudia la conducta de los individuos y sus procesos mentales, incluyendo los procesos internos de los individuos y las influencias que se producen en su entorno físico y social.

6.3.1.6. Psicología del color:

La página web <http://bienpensado.com/la-psicologia-del-color-en-marketing/> expresa que:

- El color cumple un papel fundamental en marketing y envía un mensaje específico. En cosas como el diseño de logos, empaques y diferentes piezas de comunicación, cada color tiene diferente asociación.

El sitio web <http://youpublic.es.tl/%BFQu-e2--es-la-Psicolog%EDa-del-Color-f-.htm> informa que:

- La psicología del color no es otra cosa que los conocimientos psicológicos aplicados a las reacciones del ser humano frente al estímulo visual de un color.

La página <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/infografias/la-psicologia-del-color-como-las-empresas-utilizan-el-color-para-remarcar-sus-valores/> indica que:

- El color es un tema muy estudiado. Los colores tienen la capacidad de levantar cierto tipo de emociones y respuestas, lo cual es utilizado por los anunciantes para generar reacciones en sus consumidores, o transmitir cierto tipo de valores.
- Los colores pueden tener varios significados dependiendo del contexto del mensaje y del contexto cultural. A continuación te mostraré los colores fundamentales y algunos de sus significados. Verás algunos obvios y abstractos. Todos los

significados han sido contrastados en varias fuentes, de las que destacaría el libro de Eva Heller, Psicología del color.

6.3.1.7. Psicología del consumidor:

En la página <http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/7/pag5.htm> muestra que:

- Es la utilidad de aplicar ciertos modelos de conducta al análisis del acto de elección y compra que, en sociedades como la nuestra, realizamos constantemente. Estos modelos tienen su influencia en el proceso de creación de los mensajes publicitarios.

En el sitio web <http://www.tecnologiapyme.com/productividad/introduccion-a-la-psicologia-del-consumidor> comunica que:

- Se refiere a los métodos/sistemas utilizados por los clientes para seleccionar, adquirir, utilizar y desechar los productos y servicios. En el mundo de los negocios, la investigación de la psicología de los consumidores ayuda a las empresas a mejorar sus productos, servicios y sus estrategias de marketing con el fin de impulsar las ventas.

En la página <http://psicodelapubli.wordpress.com/2009/09/10/psicologia-del-consumidor/> recalca que:

- Es la disciplina que estudia el comportamiento del consumidor y los aspectos que influyen en la decisión del consumidor ya que este se rige por medio de procesos mentales preestablecidos.

- Psicología del consumidor es un campo aplicado de la psicología, que se vale de los principios básicos de la ciencia psicológica para entender el comportamiento del consumidor

6.3.1.8. Psicología de la comunicación:

En el sitio web <http://es.scribd.com/doc/20928796/2%C2%BA-Psicologia-de-la-Comunicacion-Y-RRII>- propone que:

- Constituye un área de la Psicología Social que estudia el comportamiento o conducta del hombre en sus interrelaciones con la sociedad, tanto como ente que comunica datos, ideas, conceptos, etc.

En la pagina <http://comunicacioneducativauiuem.spot.com/2011/01/111-definicion-y-112-propositos-y-fines.html>. Expresa que:

- La comunicación del consumidor es la interacción de las personas que entran en ella como sujeto. No solo se trata del influjo de un sujeto en otro (aunque esto no se excluye), sino de la interacción. Para la comunicación se necesitan como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto.

Según el sitio web: <http://www.alfinal.com/Temas/psicocom.php> explica que:

- Es como una cadena de elementos, que comienza con la fuente de información que produce un mensaje, luego el emisor se encarga de transformar el mensaje en señales y transmitir las a través del canal. Finalmente el receptor construye el mensaje a partir de las señales y el destino es la persona o cosa a la que se envía el mensaje. En este sistema también puede interferir el ruido que perturbando las señales emitidas.

- La psicología del consumidor explora conceptos como la percepción, la atención, la motivación, la emoción, el funcionamiento del cerebro, la inteligencia, la personalidad, las relaciones personales, la consciencia y la inconsciencia. La psicología emplea métodos empíricos cuantitativos de investigación para analizar el comportamiento.

6.3.1.9. Heurística:

En la página web <http://www.taringa.net/posts/info/2379078/Que-es-la-Heuristica.html> define que:

- Se denomina heurística a la capacidad de un sistema para realizar de forma inmediata innovaciones positivas para sus fines. La capacidad heurística es un rasgo característico de los humanos, desde cuyo punto de vista puede describirse como el arte y la ciencia del descubrimiento y de la invención o de resolver problemas mediante la creatividad y el pensamiento lateral o pensamiento divergente.

En el sitio web <http://jesusgonzalezfonseca.gspot.com/2013/01/heuristicos-y-sesgos-cognitivos-los.html> comunica que:

- La heurística de disponibilidad es un mecanismo que la mente utiliza para determinar qué probabilidad hay de que un suceso se dé o no. Cuando más accesible es un suceso, parecerá más frecuente y probable, cuanto más viva es la información, será más convincente y fácil de recordar, y cuanto más evidente resulta algo, más causal parecerá.

En la página web <http://www.definicionabc.com/general/heuristica.php#ixzz2sqw9SabN> muestra que:

- Esta capacidad es una característica inherente a los seres humanos, ya que a través de esta los individuos podemos descubrir cosas, inventar otras tantas, resolver problemas mediante la creatividad o el pensamiento lateral, entre otras alternativas.
- La heurística trata de la resolución de problemas aplicando soluciones parciales, a menudo intuitivas. Se evalúan los resultados intermedios obtenidos para aproximarse poco a poco al resultado o solución final

6.3.1.10. Sociología:

Según la página <http://presentaciosociologi.galeon.com/productos2268705.html> comenta que:

- Es una ciencia social que estudia, describe y analiza los procesos de la vida en la sociedad; busca comprender las relaciones de los hechos sociales por medio de la historia; mediante el empleo de métodos de investigación, quiere saber dónde están los problemas en la sociedad y sus relaciones con los individuos.

En el libro virtual de Anthony Giddens: Sociología 2000: Página 14 comenta que:

- Es el estudio de la vida social humana, de los grupos y sociedades. Es una empresa cautivadora y atrayente, al tener como objeto nuestro propio comportamiento como seres humanos. El ámbito de la sociología.

En el sitio web http://html.sociedad.com/sociologia_concepto-e-historia.html comunica que:

- El principal objetivo de la sociología es la comprensión y la explicación científicas de la realidad social. Dado que en esta realidad hay instituciones, asociaciones, grupos sociales formados por hombres, la sociología se ocupa de unos y otros. Se ocupa del hombre, pero. A diferencia de otras disciplinas, no en su aspecto fisiológico o psíquico sino en su dimensión social.
- Es aquella ciencia que se ocupa del estudio de la sociedad. Para efectos del estudio de la sociología, se considera en sus modelos que la sociedad está constituida por un gran conjunto de estructuras y relaciones, la que pueden ser de orden social, político, económico y cultural.

6.3.1.11. Semiología:

En la página <http://definicion.de/semiologia/> define que:

- Es una ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social. El término suele utilizarse como sinónimo de semiótica, aunque los especialistas realizan algunas distinciones entre ambos.

En el sitio web <http://www.fotonostra.com/grafico/semiologia.htm> muestra que:

- Se define como la ciencia que estudia las propiedades generales de los sistemas de signos, como base para la comprensión de toda actividad humana. Oficialmente no hay diferencia entre ambos conceptos, aunque el uso vincule más semiología a la

tradición europea y semiótica a la tradición anglo-americana. Sin embargo, el uso de "semiótica" tiende a generalizarse.

La página web <http://www.portaldearte.cl/terminos/semiolog.htm> expresa que:

- Como afirma el semiólogo italiano Umberto Eco, la semiología tiene que ver con cualquier cosa que pueda ser asumida como signo (toda cosa que pueda ser asumida como sustituto de otra cosa). Tiene, por tanto, un campo de aplicación sumamente amplio: desde el lenguaje animal a los sistemas ideológicos, desde la semiología médica a los lenguajes formales del álgebra y la química, pero su aproximación está dada exclusivamente desde el punto de vista de la comunicación y de la significación.
- La Semiología o Semiótica es la disciplina que aborda la interpretación y producción del sentido. Esto significa que estudia fenómenos significantes, objetos de sentidos, sistemas de significación, lenguajes, discursos y los procesos a ellos asociados: la producción e interpretación.

6.3.2. Artes:

6.3.2.1. Fotografía:

De acuerdo <http://definicion.de/fotografia/> muestra que:

- Es el procedimiento y arte que permite fijar y reproducir, a través de reacciones químicas y en superficies preparadas para ello, las imágenes que se recogen en el fondo de una cámara oscura.

El sitio web <http://www.taringa.net/posts/info/12027931/La-Fotografia---Inicio-conceptos-y-ejemplos.html> sugiere que:

- Es la ciencia y el arte de obtener imágenes duraderas por la acción de la luz. Es el proceso de capturar imágenes y fijarlas en un medio material sensible a la luz. Basándose en el principio de la cámara oscura, se proyecta una imagen captada por un pequeño agujero sobre una superficie, de tal forma que el tamaño de la imagen queda reducido.

El libro de Carlos Martino: fotografía digital: 2005 página 34 comunica que:

- Fotografiar consiste en escribir, dibujar, en formar imágenes con la luz. Es el procedimiento de obtención de imágenes permanentes, basado en la fotosensibilidad de ciertos materiales compuestos, con el que se consigue formar las imágenes sobre una superficie, por lo general, transparente, recubierta por una capa especial llamada emulsión fotográfica.
- La fotografía es un lenguaje, una técnica y un arte. Es un modo de captar y exponer gráficamente la realidad visual.

6.3.3. Teorías:

6.3.3.1. Publicidad:

La página <http://www.promonegocios.net/publicidad/que-es-publicidad.html> propone que:

- Es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado para informar, persuadir o recordar a un

- grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros.

En el sitio web <http://estrategicocaciones.blog.com/content/view/288396/Analizar-el-concepto-de-publicidad.html#.UmmSOnBLNmA> comenta que:

- Es una técnica de la comunicación de masas, y su finalidad es difundir mensajes a través de los medios de comunicación con la intención de persuadir a los públicos a que consuman el producto que se está ofreciendo, apoyando al marketing y promoción de ventas.

La página http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/conceptodepublicidad/ expresa que:

- La publicidad es un mensaje rígido (mismo mensaje para todos los públicos objetivos distintos que lo ven, y los objetivos generales que se pretenden son los de incentiva las ventas y/o cambiar la actitud del público objetivo
- La publicidad es una forma de comunicación persuasiva que pretende informar y, sobre todo, convencer a los destinatarios para que actúen de una forma determinada.

6.3.4. Tendencias:

6.3.4.1. Tendencia en las páginas web:

La página web <http://es.thefreedictionary.com/tendencia> señala que:

- Inclinación o disposición natural que una persona tiene hacia una cosa determinada

El sitio web <http://definicion.de/tendencia/> propone que:

- La tendencia es una corriente o preferencia hacia determinados fines.

La página <https://sites.google.com/site/jojoaa/marketing---definicion/definicion-de-tendencia-que-es-una-tendencia> expresa que:

- Es la dirección en la cual se mueven los activos estudiados. La causa por la cual existen éstas tendencia es el equilibrio entre la oferta y la demanda. Es importante saber que los activos nunca se mueven en línea recta, sino que van dibujando un zigzag. Como es lógico, estos zigzags se pueden mover en tres direcciones distintas: alcista, bajista y horizontal.
- Es una dirección o secuencia de sucesos que tienen cierta durabilidad. Son predecibles y duraderas. Revelan cómo será el futuro, se trata de cambios psicológicos y de estado de ánimo.

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.

7.1. Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:

La información obtenida en el Marco Teórico son conceptos que fundamentan para la elaboración correcta y solidez del sitio web.

El sitio web es una herramienta fundamental para el Colegio Cambridge International School, ya que de alguna manera será como la tarjeta de presentación del mismo. Permitirá darse a conocer, ser un medio informativo que a su vez será rápido, flexible y económico.

La aplicación de los procesos de comunicación, diseño y ciencias auxiliares son una de las principales bases que justifican su relación:

7.1.1. Aplicación de las Ciencias Auxiliares:

Semiología:

Ciencia que estudia los signos que se utilizó para estructurar y diagramar el sitio web y sea comprensible y de fácil manejo para el usuario.

Psicología:

Ciencia que estudia la conducta y los procesos mentales, por lo tanto en base a ella se realizó un estudio para conocer la forma de actuar y de pensar del grupo objetivo y de los clientes potenciales.

Tecnología:

Gracias a la tecnología se realizó un sitio web interactivo y dinámico para un manejo sencillo y rápido, que se logró cumplir con el objetivo de informar a clientes actuales y potenciales. Gracias a la tecnología, las personas podrán conocer al establecimiento en cualquier parte del mundo favoreciendo al mismo, pues cuentan con una fundación que necesita apadrinamientos. Con la tecnología será más fácil tener ayuda internacional.

Fotografía:

Para lograr plasmar una forma más gráfica los ambientes del Colegio International School fue necesario las fotografías del mismo, y transmitir al usuario del sitio web los momentos más conmemorativos de los estudiantes.

Tendencia web:

Al conocer las diferentes tendencias que existen en la elaboración de sitios y páginas web se seleccionó el que mejor se acopla a las necesidades del colegio Cambridge International School.

7.1.2. Aplicación del diseño:

Diseño:

Guillam Scott Robert, año 2002 Fundamentos del diseño, se basa en cuatro principios:

- ✓ El motivo, la necesidad humana, sin la que no habría diseño.
- ✓ La Causa Formal, visualiza el objeto por medio del dibujo y se conecta la forma a la técnica y a los recursos. Es una fase donde la experimentación juega un papel importante, se conjuga la dirección consciente y la intuición.

- ✓ La Causa Material, es el conocimiento de la materia que utilizaremos para elaborar el producto, posibilita obtener mejores y más imaginativas ideas.
- ✓ La Causa Técnica, al igual que la anterior, depende del conocimiento que se tenga de las herramientas y la maquinaria que permitirán darle forma al producto.

Estos puntos anteriores se aplican y se relacionan con el sitio web del colegio Cambridge International School.

Elementos visuales:

Parte fundamental en la elaboración del sitio web ya que con este concepto se pudo realizar las formas las medidas el color y las texturas del mismo.

Maquetación web:

Se maquetó el sitio web para crear la compaginación de diferentes elementos.

Colores corporativos:

Elementos importantes en la elaboración del sitio web ya que estos son los representantes del establecimiento con los que el mercado identificara al Colegio Cambridge International School.

Tipografía:

Se tomó en cuenta la tipografía ya existente del Colegio Cambridge International School verificando que esta fuera legible y eficaz. Se agregó en la información tipografía con estilo y forma que puedan reforzar ideas.

7.1.3. Aplicación del proceso de comunicación:

Comunicación:

Fundamental en la elaboración del sitio web. Ya que el emisor será el Colegio Cambridge International School, canal sitio web, código el conjunto de sistemas y símbolos que el emisor utilizara para mandar el mensaje, para el receptor, clientes existentes y potenciales del establecimiento.

Comunicación informativa:

Se colocará en el sitio web la información amplia y transparente para construir un mensaje basado en la forma de evaluar, creencias y valores del Colegio Cambridge International School.

Publicidad institucional:

Se dará a conocer la existencia del colegio Cambridge International School, además de crear un marketing para crear y resaltar la imagen del establecimiento, así como reforzar confianza y credibilidad en los clientes.

7.2. Conceptualización:

7.2.1. Método:

Método

ojos

limpios:

Técnica de generación que consiste en buscar a personas externas al objetivo creativo para producir ideas.

Cuando estamos inmersos en un problema, tenemos "*una mente condicionada*", ya sea por nuestra formación, origen, creencias u otras causas.

Esta técnica ayuda a generar ideas creativas introduciendo una mente "*no condicionada*" que pueda tener ideas "frescas", limpias y puras, cuya perspectiva sea diferente. Es más bien un principio.

1. Se describe el objetivo creativo por escrito.

Un sitio web para el Colegio Cambridge International School para dar a conocer sus servicios académicos a los clientes potenciales y brindar un mejor servicio a sus clientes actuales.

2. Se presenta a personas que no tienen ninguna o poca relación con él y se les pide que escriban ideas.

Ideas:

- Que tenga muchas fotografías para ver cómo es el colegio y qué hacen.
- Que expliquen con qué carreras cuenta el establecimiento.
- Explicar la forma de evaluación.
- Que los alumnos puedan ver fotografías y videos de las actividades.

- Que el sitio esté en constante innovación.
- Señalar en el sitio si cuenta con becas académicas.
- Información actual de las diferentes actividades.
- Requisitos de inscripción.
- Fechas y formas de pago.
- Poder escribir al establecimiento por ese medio.
- Teléfonos y dirección del lugar.
- Cuándo inician y el proceso de inscripción.
- Fotografías de las instalaciones.
- Información de los punteos cuánto es de zona y cuánto de examen.
- Si cuentan con tutorías y si tienen costo adicional.
- Que sea interesante dinámico.
- Que no se torne aburrida la información.

3. Se reúnen esas ideas (muchas), se comentan con los participantes para aclararlas y se pasan a la persona o grupo de personas que sí están relacionadas con dicho objetivo creativo, para que las puedan evaluar.

El sitio web debe tener información exacta y clara para que el grupo objetivo no tenga ninguna duda.

Debe contar con muchas fotografías ya que eso le llama la atención al grupo objetivo.

Diseño dinámico y creativo con fotografías, que no tenga saturación para que no resulte cansado al momento de leer o lo contrario que provoque falta de interés.

7. 2.2. Definición del concepto:

Con el método creativo se llegó al siguiente concepto:

“Dinámico e informativo”

En el sitio web el diseño será atractivo e interactivo y de la mano la información. No se deberá exceder de ninguno de estos mencionados, para que se tenga respuesta positiva para el colegio Cambridge International School.

7.3 Bocetaje

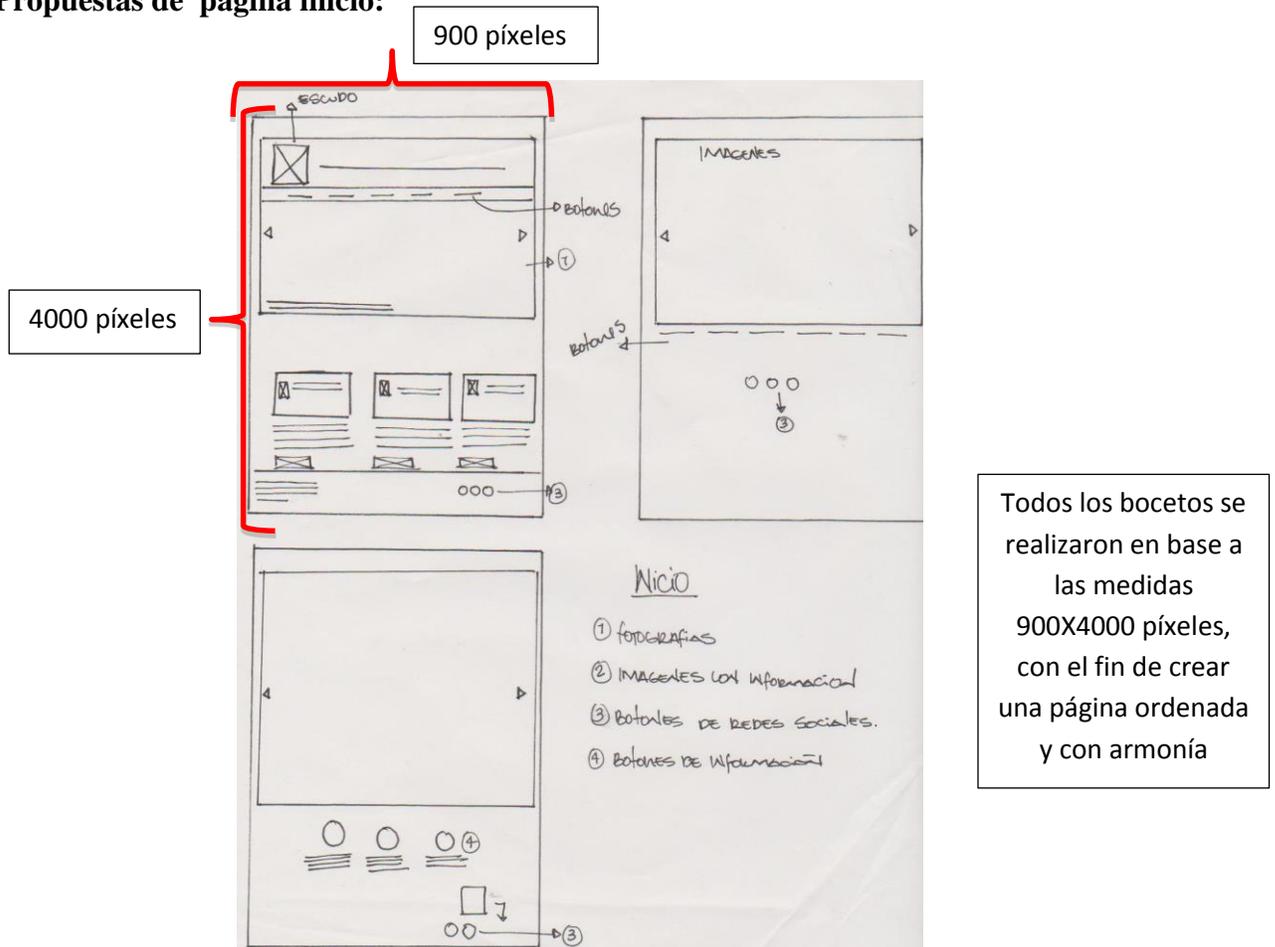
Página inicio.

Descripción del contenido:

En estas propuestas se enfocan en las fotografías del establecimiento educativo. En forma animada, ya que esto llamará la atención de los clientes. La página de inicio es la más importante, pues será la primera que verá el usuario al momento de entrar al sitio web.

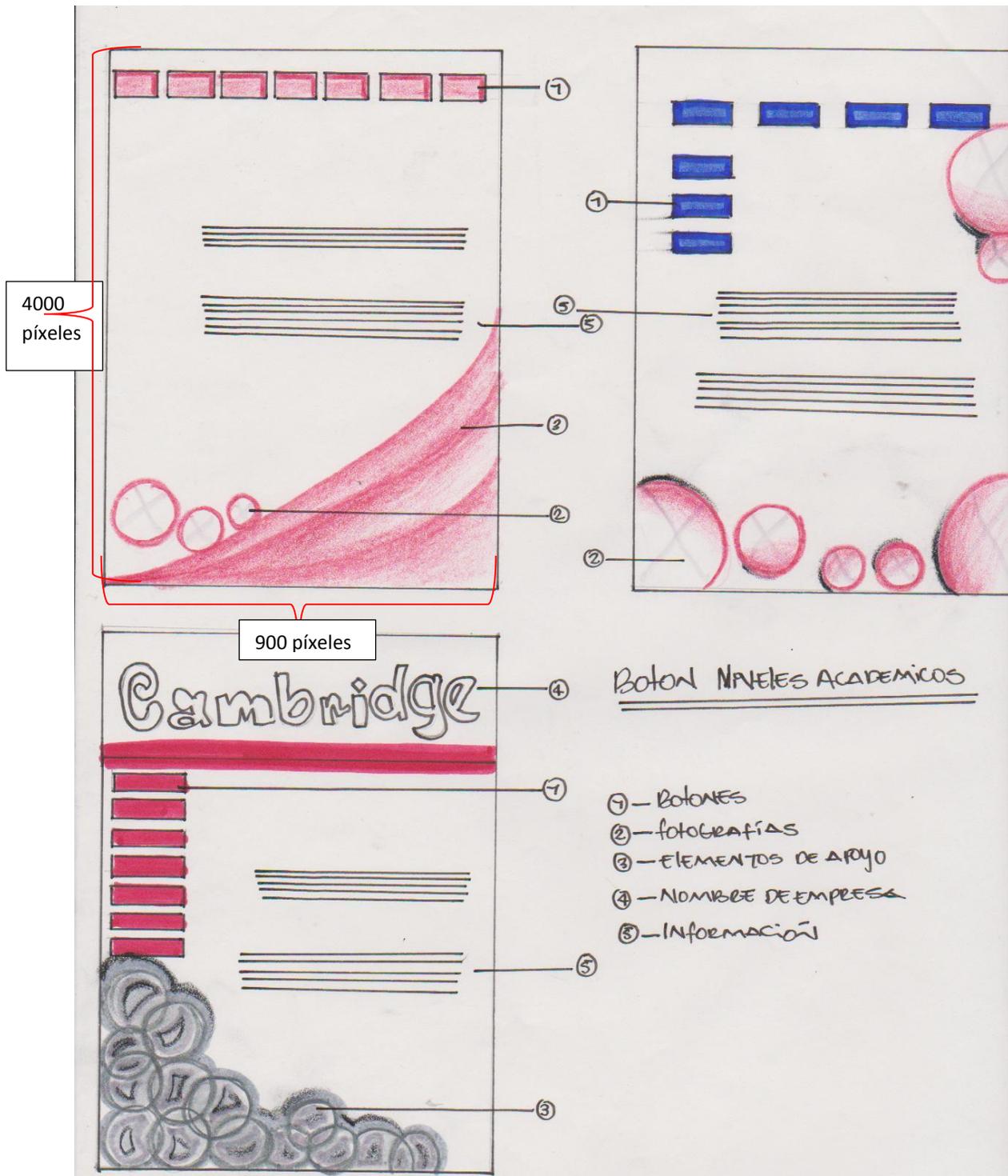
Todos los siguientes bocetos tienen la misma medida 900 de ancho X 4000 píxeles.

Propuestas de página inicio:



1. Fotografías del Colegio Cambridge International School, lado izquierdo inferior, información breve de los valores del establecimiento. Estos para crear impacto visual del usuario, parte de abajo, botones con imágenes junto con información relevante. Parte inferior de la página, información del colegio dirección, teléfono, iconos de redes sociales, con el fin que sin importar en qué página del sitio se encuentre pueda leerla, (no tiene que ir o regresar a una página específica).
2. Fotografías del Colegio Cambridge International School, para causar impacto visual. Parte de bajo de las fotografías botones para que el usuario conozca la información. Parte de debajo de botones, iconos de redes sociales para que el usuario vea los eventos recientes.
3. Imágenes de actividades del Colegio Cambridge International School, pasando de manera interactiva, botones circulares para que pueda ver más información del colegio. Parte inferior de la página, iconos de redes sociales a haciendo más grande el de Facebook por ser el más visitado y visto por el grupo objetivo.

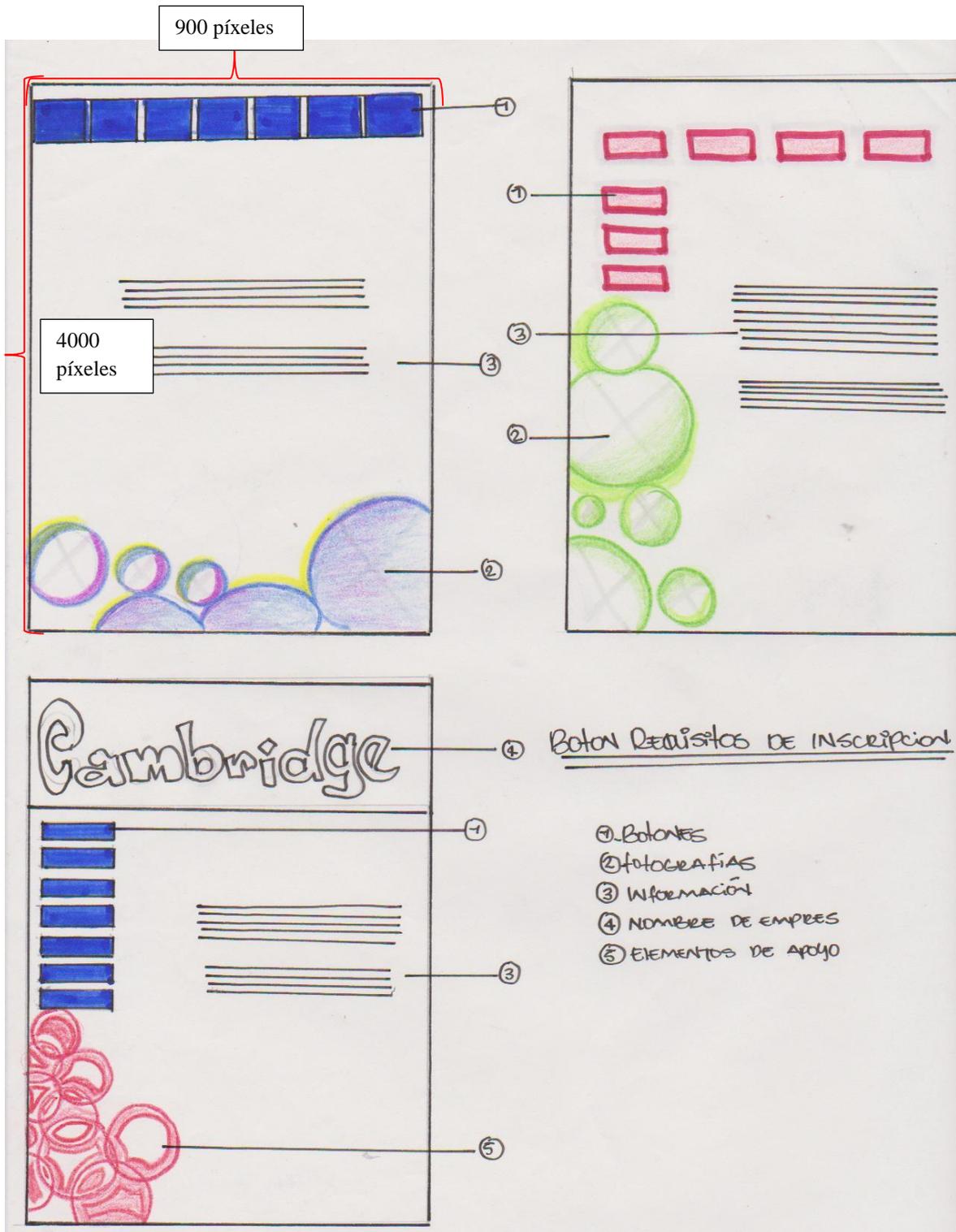
Propuestas de páginas niveles académicos:



1. Botones en la parte de arriba información del colegio, en la parte de en medio; diseño de fotografías, en la parte inferior.

2. Botones en la parte superior y de lado izquierdo, diseño de fotografías en forma circular, información en la parte de en medio, para que no se pierda la atención del usuario.
3. Nombre del colegio en grande, botones en la parte izquierda, diseño abstracto en la parte inferior. Información centrada.

Propuestas de página requisitos de inscripción:



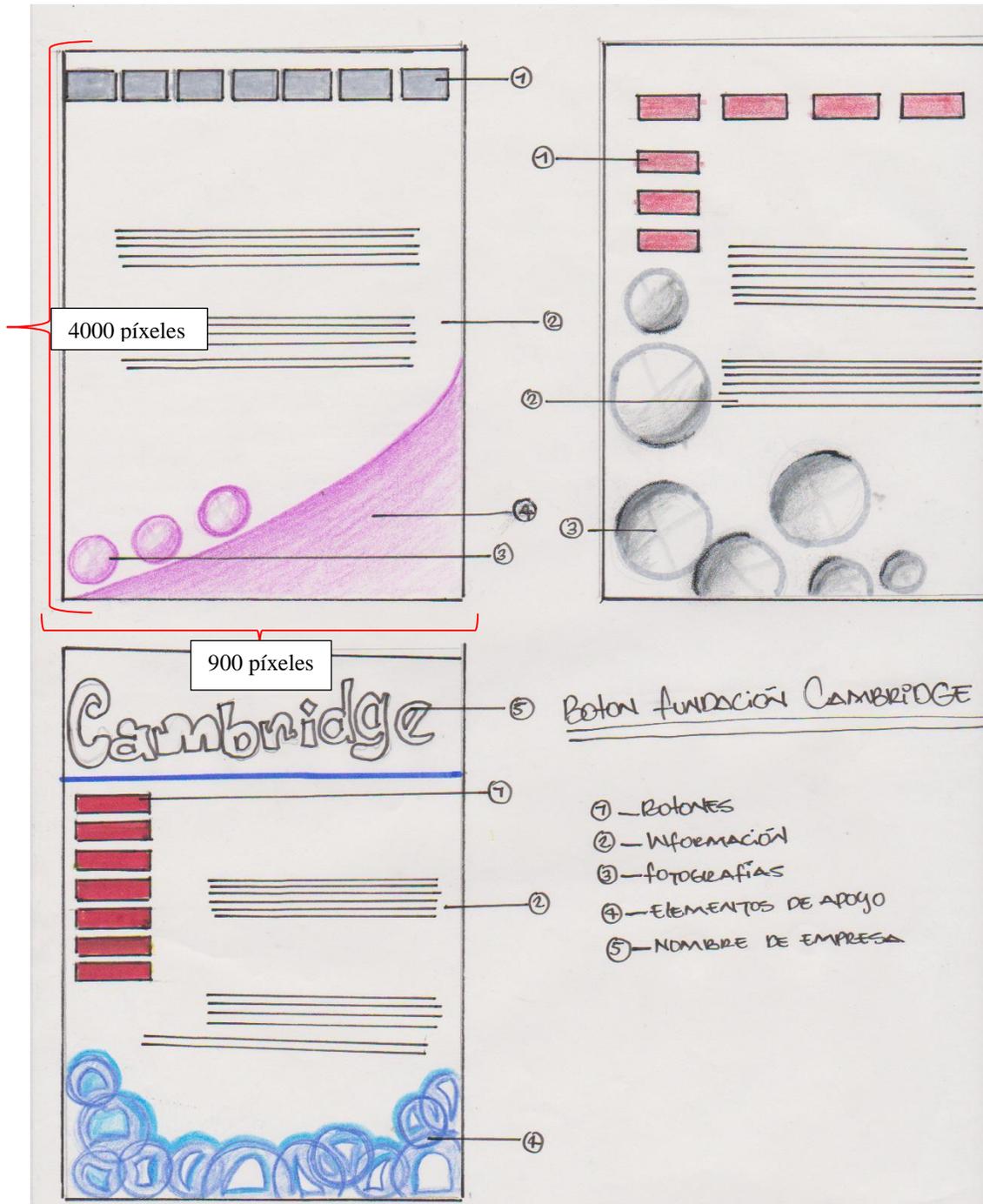
1. Botones en la parte de arriba para que pueda encontrar fácil la información.

Información de la página que se encuentre. Parte inferior diseño con fotografías del

establecimiento relacionadas con la información que se esté dando, para crear armonía.

2. Botone superiores información más importante. Botones lado izquierdo información complementaria. Lado izquierdo inferior, fotografías del colegio.
3. Nombre en grande en la parte de arriba, para que el usuario lo tenga en la mente, durante todo su visita al sitio. Botones en la parte izquierda para que pueda ubicar fácilmente. Parte inferior izquierda elementos visuales harán que hagan que se vea interactivo el sitio.

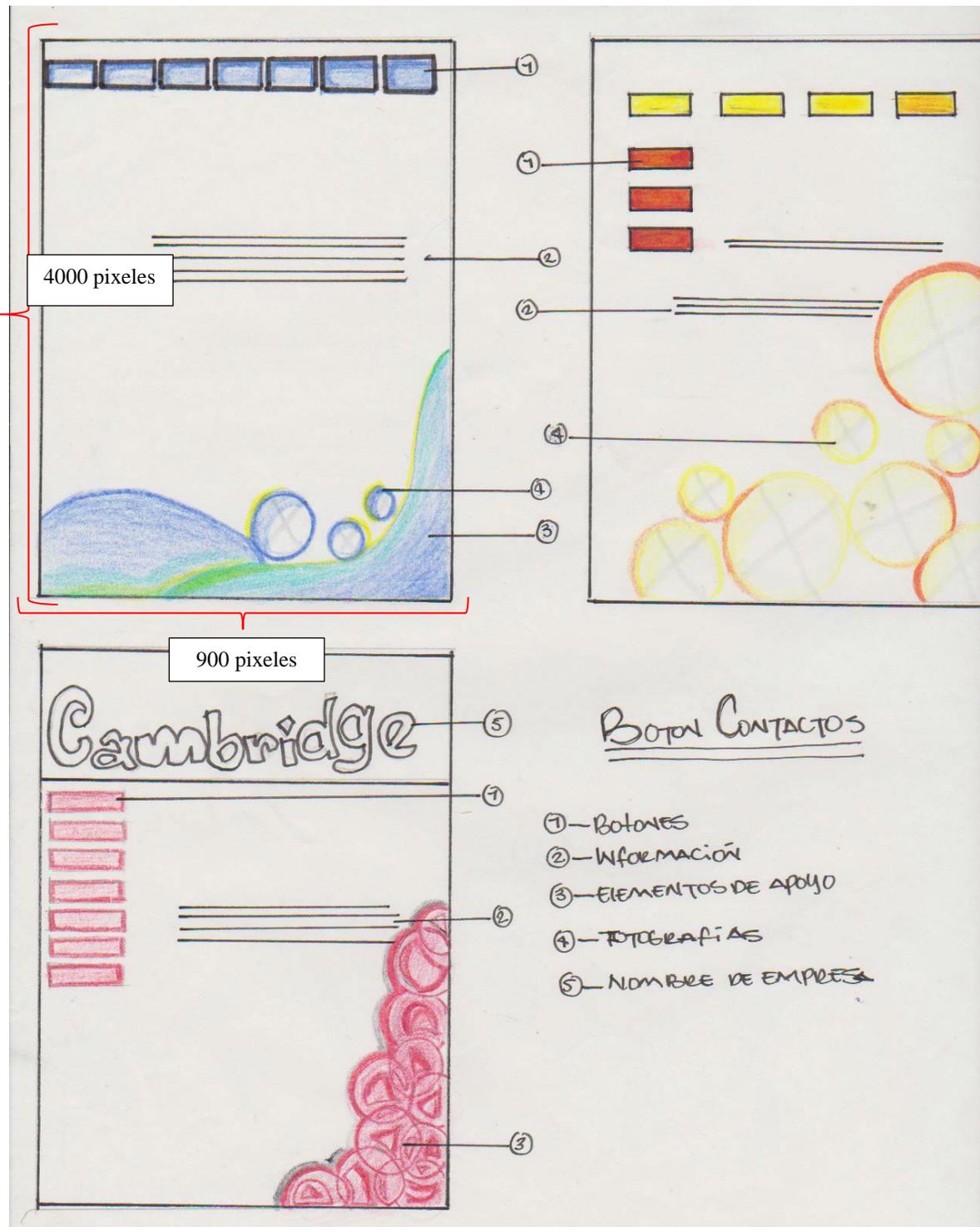
Propuestas de página Fundación Cambridge:



1. Botones de información de forma ordenada para que el usuario los pueda ver y utilizar fácilmente. Información del botón seleccionado. Parte inferior elementos visuales, junto a fotografías para crear atracción visual.

2. Botones en la parte superior de la información más importante, parte izquierda información completaría, parte izquierda inferior fotografías en forma circular, colocadas armoniosamente para no saturar y crear un diseño agradable.
3. Nombre del establecimiento. Botones parte izquierda para ubicación fácil y rápida. Parte inferior diseño abstracto, para no saturar la página.

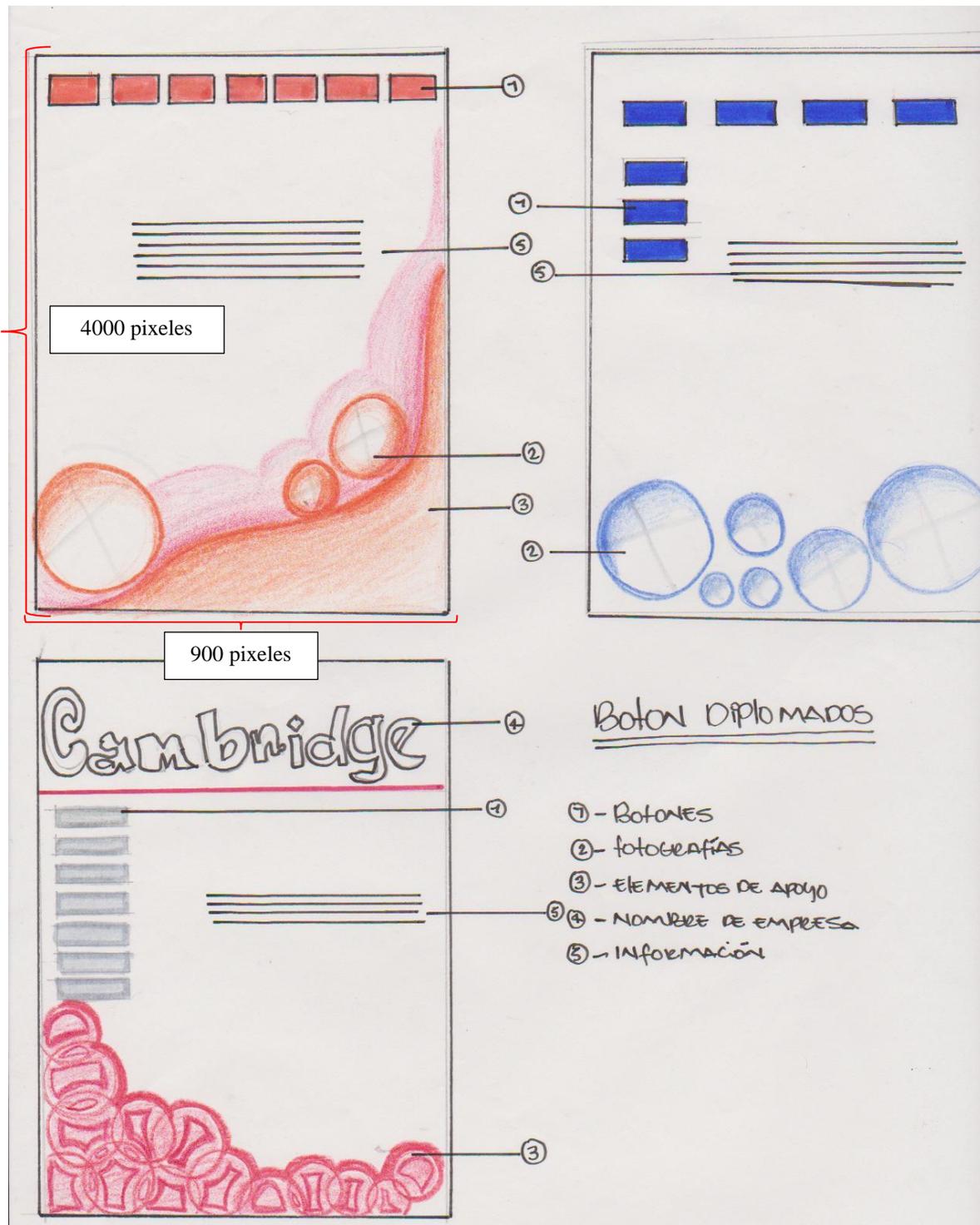
Propuestas de página contáctenos:



1. Botones en la parte superior. Información según la página seleccionada por el usuario. Diseño con elementos visuales, junto con fotografías con colores del colegio.

2. Botones en la parte de arriba para información más relevante, botones en la izquierda para información complementaria, fotografías con forma circular estos con colores del establecimiento.
3. Nombre del establecimiento para que el usuario lo pueda ver, botones de manera ordenada en la parte izquierda, información del botón seleccionado, diseño abstracto en la parte derecha con colores del colegio, para crear dinamismo y sea atractiva la lectura.

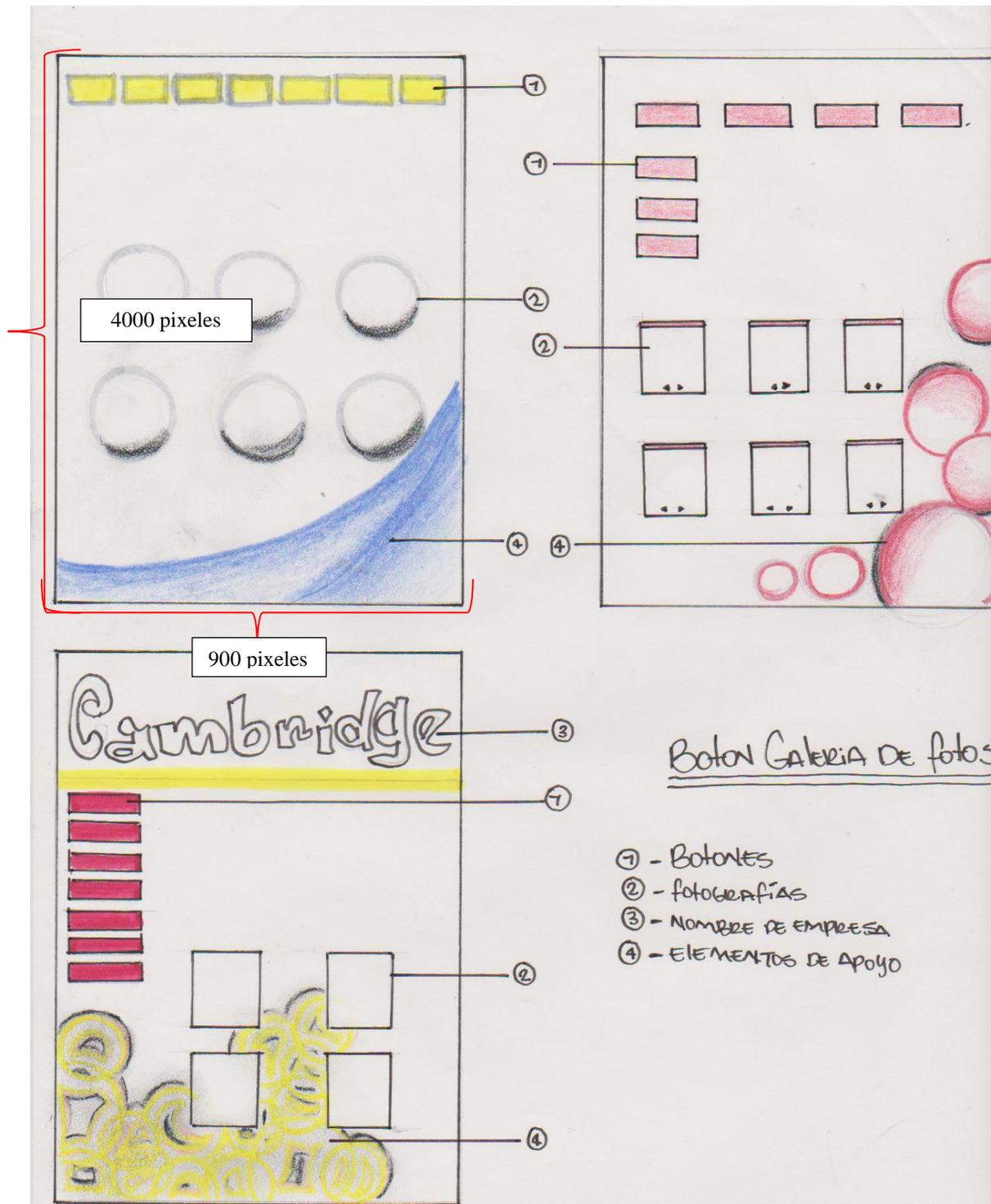
Propuesta de página diplomados:



1. Botones con la información del establecimiento, información del botón seleccionado, diseño dinámico con fotografías del establecimiento más predominante que los anteriores, pues en diplomados la información es breve.

2. Botones con la información más relevante en la parte superior, parte izquierda botones con información complementaria. Información en la parte de (en medio) parte inferior de la página fotografías en forma circular relacionadas con los diplomados que ofrecen.
3. Nombre del colegio. Botones en la parte izquierda, información (en medio) parte inferior diseño abstracto con los colores del establecimiento.

Propuestas de página galería de fotos:



1. Botones en la parte superior de la página, galería de imágenes en forma circular, cuando se le da click, la imagen se pondrá de forma cuadrada. Elementos visuales en la parte inferior, con colores del establecimiento.

2. Botones en la parte superior y al lado izquierdo, galería de fotos con su respectivo título, elementos visuales en la parte derecha con colores del colegio, para crear una armonía agradable.
3. Nombre del establecimiento, botones en la parte izquierda, galería de forma cuadrada, (en cada cuadro una foto), diseño abstracto en la parte de atrás de la galería con colores del colegio, en forma de marca de agua, para no saturar el diseño de la página.

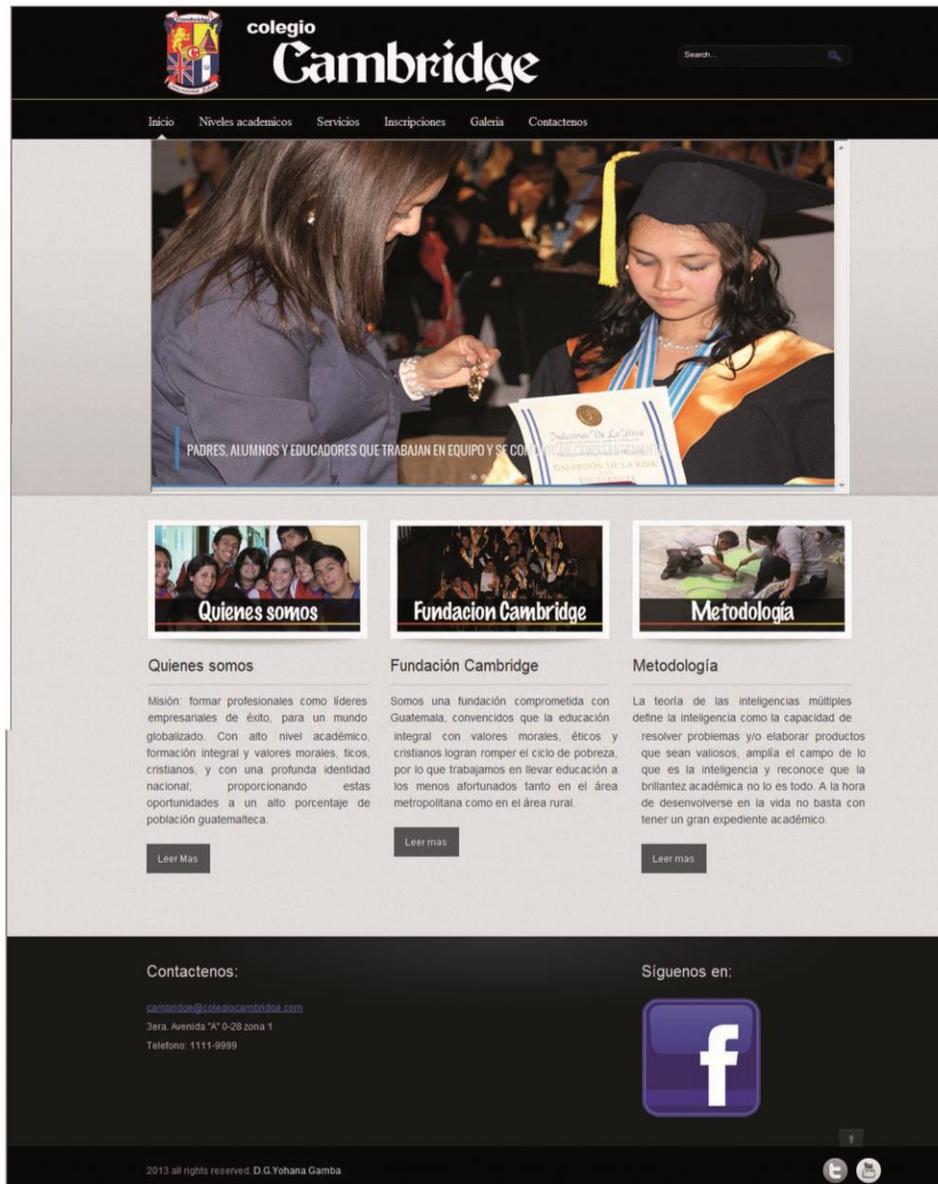
Tabla de requisitos

Elementos gráficos	Propósito	técnica	Emoción
color	Crear una imagen dinámica, manteniendo los colores de la institución.	Ilustrador: círculos con porcentajes de color dentro de ellos fotografías.	Dinamismo.
tipografía	Tipografía de la institución. Tipografía legible dinámica.	Ilustrador: 3 tipos de letras diferentes colores.	Alegría
fotografías	Jerarquías visuales, fotografías de actividades y de establecimiento.	Photoshop : edición de imágenes.	Inquietud

7.4 propuesta preliminar

Las siguientes propuestas tienen una medida de 900 ancho x 4000 de largo, píxeles.

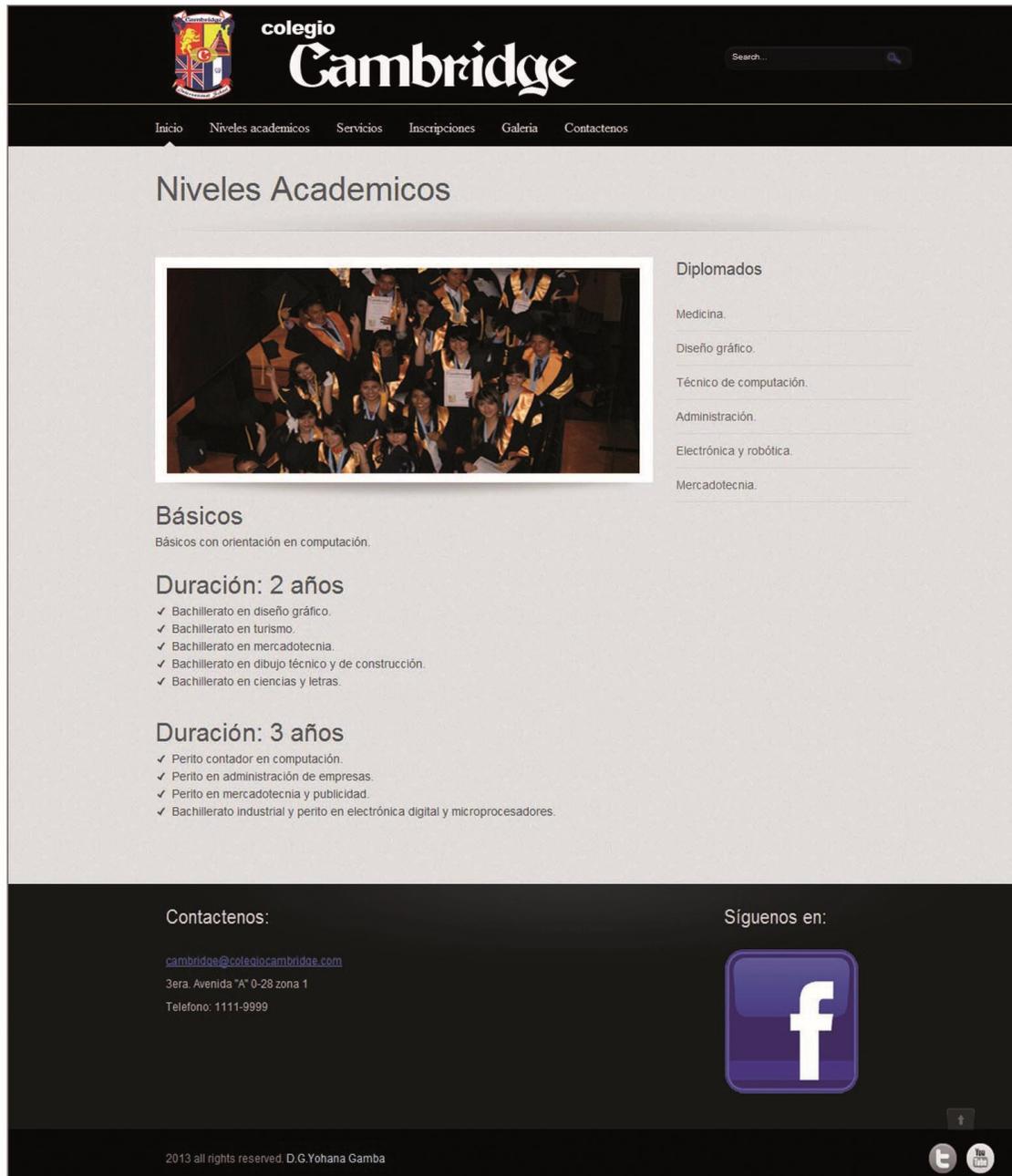
Página de inicio



Esta página será lo primero que verá el usuario al momento de ingresar al sitio web. Las imágenes grandes van acompañadas de animación, para que el sitio se vea más dinámico.

Página niveles académicos

Las siguientes propuestas tienen una medida de 900 ancho x 4000 de largo píxeles.



The screenshot displays the website for Colegio Cambridge. At the top, there is a navigation bar with the school's logo and name, a search bar, and menu items: Inicio, Niveles académicos, Servicios, Inscripciones, Galería, and Contactenos. The main content area is titled "Niveles Academicos" and features a large photograph of graduates in black and gold gowns. To the right of the photo is a list of diploma programs: Medicina, Diseño gráfico, Técnico de computación, Administración, Electrónica y robótica, and Mercadotecnia. Below the photo, there are two sections for basic levels. The first is "Básicos" with a duration of 2 years, listing five baccalaureate programs: design, tourism, marketing, technical drawing, and sciences. The second is "Básicos" with a duration of 3 years, listing four programs: computer accounting, business administration, marketing and advertising, and industrial baccalaureate with digital electronics and microprocessors. The footer contains contact information (email, address, phone), social media links (Facebook, Twitter, YouTube), and a copyright notice for D.G. Yohana Gamba.

colegio Cambridge

Inicio Niveles académicos Servicios Inscripciones Galería Contactenos

Niveles Academicos



Diplomados

- Medicina.
- Diseño gráfico.
- Técnico de computación.
- Administración.
- Electrónica y robótica.
- Mercadotecnia.

Básicos
Básicos con orientación en computación.

Duración: 2 años

- ✓ Bachillerato en diseño gráfico.
- ✓ Bachillerato en turismo.
- ✓ Bachillerato en mercadotecnia.
- ✓ Bachillerato en dibujo técnico y de construcción.
- ✓ Bachillerato en ciencias y letras.

Duración: 3 años

- ✓ Perito contador en computación.
- ✓ Perito en administración de empresas.
- ✓ Perito en mercadotecnia y publicidad.
- ✓ Bachillerato industrial y perito en electrónica digital y microprocesadores.

Contactenos:

cambridge@colegiocambridge.com
3era. Avenida "A" 0-28 zona 1
Telefono: 1111-9999

Síguenos en:

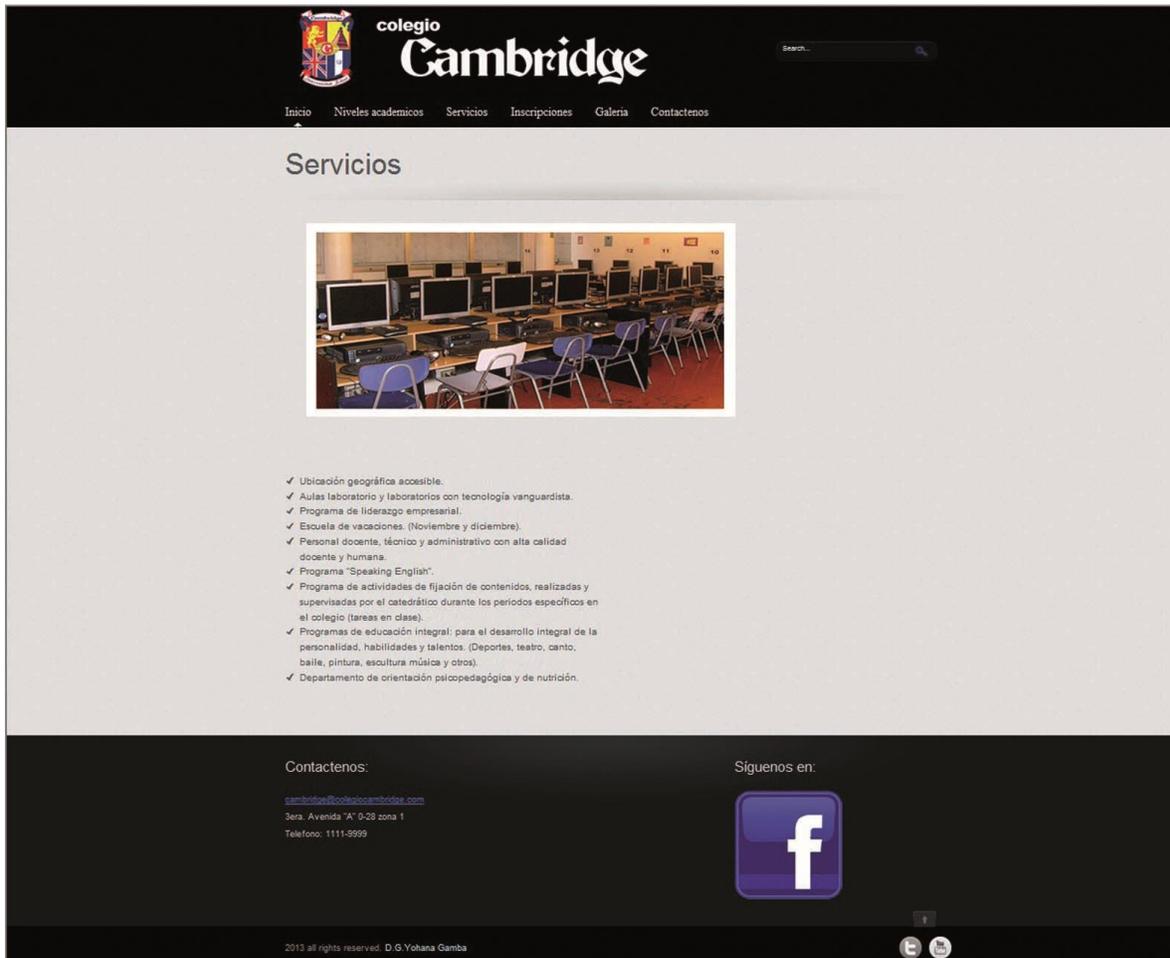


2013 all rights reserved. D.G. Yohana Gamba

La página contiene los niveles académicos y diplomados que posee el Colegio Cambridge International School.

Página servicios

Las siguientes propuestas tienen una medida de 900 ancho x 4000 de largo píxeles.

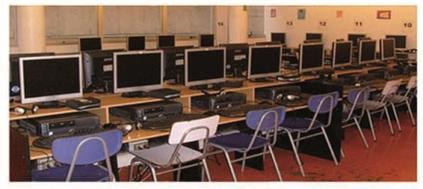


The screenshot shows the 'Servicios' page of the Colegio Cambridge website. The header features the school's logo and name, a search bar, and a navigation menu with links to 'Inicio', 'Niveles académicos', 'Servicios', 'Inscripciones', 'Galería', and 'Contactenos'. The main content area is titled 'Servicios' and includes a photograph of a computer lab. Below the photo is a list of services with checkmarks. The footer contains contact information, a 'Síguenos en' section with a Facebook icon, and a copyright notice for 2013.

colegio Cambridge

Inicio Niveles académicos Servicios Incripciones Galería Contactenos

Servicios



- ✓ Ubicación geográfica accesible.
- ✓ Aulas laboratorio y laboratorios con tecnología vanguardista.
- ✓ Programa de liderazgo empresarial.
- ✓ Escuela de vacaciones. (Noviembre y diciembre).
- ✓ Personal docente, técnico y administrativo con alta calidad docente y humana.
- ✓ Programa "Speaking English".
- ✓ Programa de actividades de fijación de contenidos, realizadas y supervisadas por el catedrático durante los periodos específicos en el colegio (tareas en clase).
- ✓ Programas de educación integral: para el desarrollo integral de la personalidad, habilidades y talentos. (Deportes, teatro, canto, baile, pintura, escultura música y otros).
- ✓ Departamento de orientación psicopedagógica y de nutrición.

Contactenos:
cambridge@colegiocambridge.com
3era. Avenida "A" 0-29 zona 1
Telefono: 1111-5999

Síguenos en:



2013 all rights reserved. D.G. Yohana Gamba

En esta página el usuario podrá encontrar los servicios que ofrece el Colegio Cambridge International School

Página inscripciones

Las siguientes propuestas tienen una medida de 900 ancho x 4000 de largo píxeles.

The screenshot shows the website for Colegio Cambridge. At the top left is the school's crest, followed by the name 'Colegio Cambridge' in a large, stylized font. To the right is a search bar. Below the header is a navigation menu with links: Inicio, Niveles académicos, Servicios, Inscripciones, Galería, and Contactenos. The main content area is titled 'Inscripción:' and features a section for 'Requisitos' (Requirements). The requirements listed are: filling out a family form, a commitment from the student and parents, and a photograph. A list of documents to be presented includes: a birth certificate or RENAP record, a primary school diploma, a certificate of previous grade with matriculation code, and handwriting certificates for 3rd grade students. A note states that all documents must be original, and if the stationery is not complete, a certificate of previous grade and a commitment letter are required. At the bottom, there is a 'Contactenos:' section with the email 'cambridge@colegiocambridge.com', address '3era. Avenida "A" 0-28 zona 1', and phone numbers '55271562 - 57529460 - 56525492'. To the right is a 'Síguenos en:' section with a Facebook icon. The footer contains the copyright notice '2013 all rights reserved. D.G.Yohana Gamba' and social media icons for Twitter and YouTube.

Colegio Cambridge

Inicio Niveles académicos Servicios Inscripciones Galería Contactenos

Inscripción:

Requisitos

Llenar hoja de familia, compromiso de estudiante y de pagos.
1 fotografía tamaño cedula.
Papelería completa incluye:

1. Certificación de fe de edad o partida de nacimiento del RENAP.
2. Diploma de 6to grado de primaria.
3. Certificado del grado anterior con su respectiva matrícula o código asignado por el MINEDUC.
4. Certificado de mecanografía (para alumnos de 3ro)
4. Certificado de mecanografía (para alumnos de 3ro)

Todos los documentos presentarios en original.
En caso de no tener completa la papelería, presentar la boleta de calificaciones del grado anterior y una carta de compromiso de entrega de papelería.

Contactenos:
cambridge@colegiocambridge.com
3era. Avenida "A" 0-28 zona 1
Teléfonos: 55271562 - 57529460 - 56525492

Síguenos en:

2013 all rights reserved. D.G.Yohana Gamba

En esta página el usuario podrá ver las formas de inscripción que posee el Colegio Cambridge, con el fin de que sepa qué tanto tiempo le tomará una inscripción y sepa qué papelería llevar.

Galería de imágenes

Las siguientes propuestas tienen una medida de 900 ancho x 4000 de largo píxeles.



En esta área del sitio, el usuario podrá ver galería de fotografías con su nombre respectivo, en la que se podrá dar una idea de cómo funciona y se maneja el establecimiento.

Contáctenos

Las siguientes propuestas tienen una medida de 900 ancho x 4000 de largo píxeles.

Colegio Cambridge

Inicio Niveles academicos Servicios Inscripciones Galeria Contactenos

Contactenos

Nombre

Email

Comentario

Enviar

0-28 zona 1

Colegio Cambridge:
con la misión formar profesionales como líderes empresariales de éxito, para un mundo globalizado. Con alto nivel académico, formación integral y valores morales, ticos, cristianos, y con una profunda identidad nacional, proporcionando estas oportunidades a un alto porcentaje de población guatemalteca.

3era. Avenida "A" 0-28 zona 1, Guatemala
Telefonos: 55271562 - 57529460 - 56525492
cambridge@colegiocambridge.com

Contactenos:
cambridge@colegiocambridge.com
3era. Avenida "A" 0-28 zona 1
Telefono: 1111-9999

Siguenos en:

2013 all rights reserved. D.G. Yohana Gamba

En esta parte, el usuario podrá mandar correos al Colegio Cambridge International School, y hará que el servicio que ofrezca el establecimiento sea más personalizado y efectivo con sus clientes y clientes potenciales. Además, el usuario desea llegar al lugar, podrá guiarse de la foto del mapa, para encontrar más fácilmente dicho lugar.

Quienes somos

Las siguientes propuestas tienen una medida de 900 ancho x 4000 de largo píxeles.



The screenshot shows the website for Colegio Cambridge. At the top, there is a logo on the left and the text 'Colegio Cambridge' in a large, white, serif font. To the right of the logo is a search bar with the text 'Search...'. Below the header is a navigation menu with the following items: Inicio, Niveles academicos, Servicios, Inscripciones, Galeria, and Contactenos. The main content area is titled 'Quienes somos' and is divided into three columns: Misión, Visión, and Valores. The Misión section describes the school's goal of forming professionals as leaders in a globalized world. The Visión section describes the school's goal of forming integral men and women through a program based on high moral and intellectual standards. The Valores section lists six values: hard work, community service, high standards, student participation, teamwork, and a competitive environment. At the bottom of the page, there is a footer with contact information and social media links.

Colegio Cambridge

Inicio Niveles academicos Servicios Inscripciones Galeria Contactenos

Quienes somos

Misión

formar profesionales como líderes empresariales de éxito, para un mundo globalizado. Con alto nivel académico, formación integral y valores morales, ticos, cristianos, y con una profunda identidad nacional; proporcionando estas oportunidades a un alto porcentaje de población guatemalteca.

Visión

Formar hombres y mujeres integros a través de un programa educativo basado en los más elevados estándares morales e intelectuales, que los prepare para ingresar a la educación superior así como para trabajar, que los alumnos de Colegio Cambridge International School Logren convertirse en adultos motivados, atentos y balanceados, así como ciudadanos productivamente responsables.

Valores

- ✓ El trabajo arduo, el esfuerzo honesto, el respeto y amor al estudio.
- ✓ El servicio comunitario, el liderazgo y una interpretación de nuestro cambiante mundo orientada a mejorarlo.
- ✓ Un personal docente y administrativo que supera las expectativas y demuestra un sincero interés por el bienestar de cada alumno.
- ✓ La participación estudiantil en un programa equilibrado a nivel curricular y extracurricular.
- ✓ Padres, alumnos y educadores que trabajan en equipo y se comunican constantemente
- ✓ Un ambiente atractivo y seguro que permite el aprendizaje eficaz.
- ✓ Una Junta Directiva que asegura la ejecución de un programa educativo competitivo y promueve un ambiente entusiasta y tolerante.

Contactenos:
cambridge@colegiocambridge.com
3era. Avenida "A" 0-20 zona 1
Telefono: 1111-9999

Síguenos en:

2013 all rights reserved. D.G.Yohana Gamba

En esta página se podrá encontrar la misión y visión, junto con los valores del Colegio Cambridge International School.

Fundación Cambridge

Las siguientes propuestas tienen una medida de 900 ancho x 4000 de largo píxeles.



En esta área del sitio web el usuario podrá saber que en el Colegio Cambridge International School existe una fundación la que por motivos de seguridad, cuando el usuario visite el establecimiento se le ampliará la información.

Se colocó esta información en la página, ya que los representantes del Colegio, cada cierto tiempo del año, solicitan ayuda internacional, Esta ayuda no tenían forma de saber si el colegio era verídico junto con su fundación. Por lo tanto, este espacio ayudará a que el establecimiento sea más creíble, al momento de solicitar ayuda para becas de alumnos.

Metodología

Las siguientes propuestas tienen una medida de 900 ancho x 4000 de largo píxeles.



Colegio Cambridge

Inicio Niveles académicos Servicios Inscripciones Galería Contactenos

Metodología

Teoría de las inteligencias múltiples

Se define la inteligencia como la capacidad de resolver problemas y/o elaborar productos que sean valiosos, amplía el campo de lo que es la inteligencia y reconoce que la brillantez académica no lo es todo. A la hora de desenvolverse en la vida no basta con tener un gran expediente académico. Hay gente de gran capacidad intelectual pero incapaz de, por ejemplo, elegir bien a sus amigos; por el contrario, hay gente menos brillante en el colegio que triunfa en el mundo de los negocios o en su vida privada. Triunfar en los negocios, o en los deportes, requiere ser inteligente, pero en cada campo se utiliza un tipo de inteligencia distinto. Ni mejor ni peor, pero sí distinto. Dicho de otro modo: Einstein no es más ni menos inteligente que Michael Jordan, simplemente sus inteligencias pertenecen a campos diferentes.

Hasta la fecha Howard Gardner y su equipo de la Universidad Harvard han identificado ocho tipos distintos de inteligencia. Todos los seres humanos son capaces de conocer el mundo de modos diferentes. Donde los individuos se diferencian es; en la intensidad de estas inteligencias como por las formas en que recurren a esas mismas y se les combina para llevar a cabo diferentes labores, para solucionar diversos problemas entonces progresar en distintos ámbitos.

Las personas aprenden, representan y utilizan el saber de muchos y diferentes modos. Estas diferencias desafían al sistema educativo que supone que todo el mundo puede aprender, las mismas materias del mismo modo y que basta con una medida uniforme y universal para poner a prueba el aprendizaje de los alumnos.

Por esta razón en el Cambridge International School proponemos, provocamos las oportunidades para que las y los jóvenes, descubran que tipo de inteligencia poseen, al hacerlo trabajen en desarrollarlo y logren su máximo potencial.

Inteligencia lingüístico-verbal
Inteligencia lógica-matemática
Inteligencia espacial
Inteligencia musical
Inteligencia corporal cinestésica
Inteligencia intrapersonal
Inteligencia naturalista
Inteligencia interpersonal

Contactenos:
cambridge@colegiocambridge.com
3era. Avenida "A" 0-29 zona 1
Teléfono: 1111-9999

Síguenos en:



2013 all rights reserved. D.G. Yohana Gamba

El colegio Cambridge International School tiene diferentes formas de aprendizaje que ayudarán a los alumnos a obtener mejores resultados en su nivel académico. Esta área especificará las diferentes formas de aprendizaje para que clientes potenciales puedan tener una idea de qué área le corresponde.

Capítulo VIII: Validación técnica

Capítulo VIII Validación técnica

El sitio web se valida con el cliente, profesionales de comunicación, diseño, y grupo objetivo. La herramienta de validación (encuesta) que se dividió en 3 áreas: parte objetiva, parte semiológica y parte operativa.

8.1 Población y muestreo

Para efectividad del proyecto se validó con tres grupos de población con una muestra de 25 personas, con la finalidad de saber si los objetivos iniciales se están cumpliendo, así como la ejecución de cambios de resultados

8.1.1. Representante del Colegio Cambridge International School

La directora directora, María Cristina Gereda de Ruiz, fue encuestada con el fin de conocer si las necesidades del cliente y del establecimiento están siendo satisfactorias y si se está cumpliendo los objetivos.

8.1.1.1. Perfil integrante de las autoridades del Colegio Cambridge International School

- Edad 64 años
- Especialista en docencia superior.
- Encargada de dirigir el nivel académico del Colegio Cambridge International school.

8.1.2. Grupo objetivo

Son estudiantes del establecimiento y clientes potenciales que han llegado al colegio a solicitar información del mismo.

8.1.2.1. Perfil grupo objetivo

- Hombres y mujeres.
- En su mayoría jóvenes de 14 a 25 años.
- Solteros.
- Estudiantes.

8.1.3. Especialistas en Comunicación y Diseño

8.1.3.1. Perfil de especialistas en Comunicación y diseño

- Profesionales de Diseño Gráfico, Publicidad, Comunicación y web.
- Entre 36 y 42 años.
- Catedráticos universitarios.

Personas que por su conocimiento y experiencia darán recomendaciones que ayudarán a mejorar la elaboración y efectividad del proyecto.

Licenciados encuestados: Lourdes Donis, José Monroy, Guillermo García, Marlon Borrayo, Alejandro Moreno.

8. 2 Métodos e instrumentos

Para la validación del proyecto se utilizó la investigación de campo con el instrumento de encuesta, que según Paul Lazarsfeld, norteamericano de origen polaco, precursor de la Sociología, indica que La encuesta es un método de recolección de información, que, por medio de un cuestionario, recoge las actitudes, opiniones u otros datos de una población, tratando diversos temas de interés. Las encuestas son aplicadas a una muestra de la población objeto de estudio, con el fin de inferir y concluir con respecto a la población completa.

Los tipos de encuesta utilizado en este proyecto fueron: la dicotómica, que consiste en solo dos alternativas de respuesta (si y no). Y la escala Likert, mide las actitudes y los comportamientos al utilizar opciones de respuestas que van de un extremo a otro (mucho, poco, nada).

El método utilizado fue el cuantitativo. En el estudio e investigación de fenómenos sociales, se designa por método cuantitativo el procedimiento utilizado para explicar eventos a través de gran cantidad de datos. Si entendemos que la idea de las ciencias es explicar fenómenos a través de relaciones causales, lo que pretende la investigación cuantitativa es determinar y explicar estas últimas a través de la recolección de grandes cantidades de datos que permitan fundamentar sólidamente una hipótesis.

Fuentes:

<http://es.shvoong.com/social-sciences/1744318-qu%C3%A9-es-el-m%C3%A9todo-cuantitativo/#ixzz2qrtg21zV>

<http://www.sinapsit.com/ciencia/que-es-el-metodo-cuantitativo/>

Encuesta:

Universidad Galileo

Facultad de Comunicación y Diseño

FACOM

Nombre _____ Edad _____ Género: F:

M

A Continuación se le presenta una serie de preguntas, subrayar la respuesta a su criterio correcta.

1. ¿Con que frecuencia utiliza la web para investigar algo?

Siempre de vez en cuando Nunca

2. ¿Cuándo busca un establecimiento educativo lo primero que toma en cuenta es?

La calidad en educación Económico Céntrico Que sea bilingüe

3. ¿Cómo le gusta la comunicación entre el centro educativo con usted?

Personalmente Por telefónica Por internet

4. ¿Qué es lo que le llama la atención de un centro educativo?

Sus actividades El uniforme Su reputación

5. ¿Con que frecuencia se ha cambiado de establecimiento educativo?

Nunca cada 2 años Cada 4 Años

6. ¿Por qué se cambiaría de donde está estudiando?

Aumento de cotas Malas instalaciones Transito

7. ¿Qué es o era lo que más le costaba hacer?

Exámenes Tareas Ir a estudiar

8. ¿si tuviera la posibilidad de escoger la forma de evaluar para acumular un total de 100 puntos de qué forma lo haría?

Exámenes y tareas Proyectos y exámenes Proyectos y Tareas

9. ¿Cuándo usted se distrae en una clase es por?

El maestro no es dinámico No le gusta la materia Por ver el Celular

10. ¿Durante la jornada de clases cuantas veces saca su celular ya sea para ver la hora, chatear etc.?

1 a 3 veces 5 a 10 veces 12 a 15 veces

11. ¿En su tiempo libre que le gusta hacer?

Navegar en la web hacer ejercicio chatear salir con amigos

12. Después de leer la siguiente tabla. subraye: ¿Cuál cree que es su temperamento?

Tipos de temperamento:

Sanguíneo	Persona muy extrovertida. Habla con todos como que los conociera desde hace mucho tiempo.
Colérico	Extrovertido de una manera menos intensa que el anterior.
Melancólico	Persona analítica, perfeccionista. Con una naturaleza emocional muy sensible.
flemático	Persona positiva y calmada, sereno. Que casi nunca se enoja.

Sanguíneo

Colérico

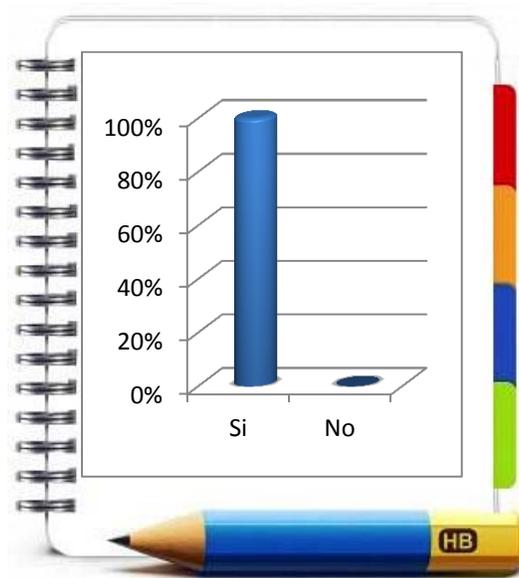
Flemático

Melancólico

8.3 resultados e interpretación de resultados:

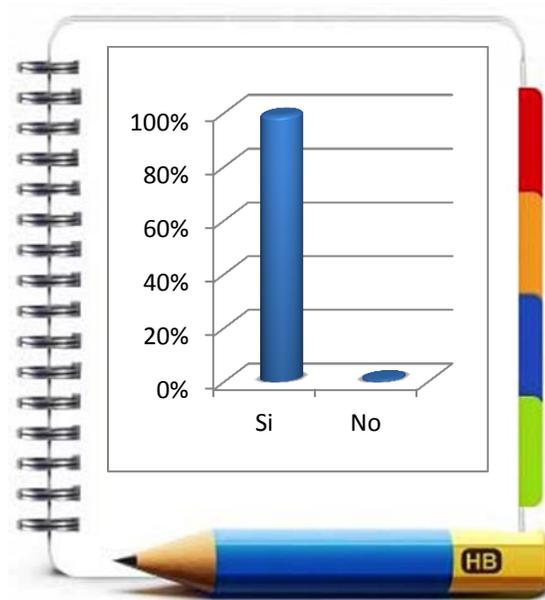
Parte objetiva:

1. ¿considera usted necesario el diseñar un sitio web para el Colegio Cambridge International School, para dar a conocer los servicios educativos para clientes potenciales.?



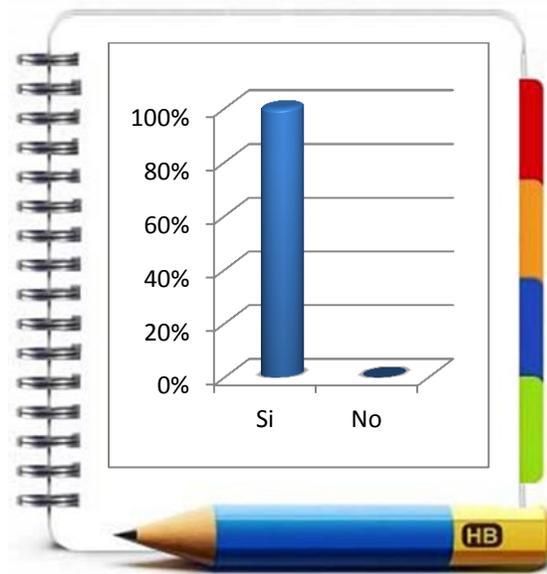
- El 100% de los encuestados considera que al Colegio Cambridge International School le hace falta un sitio web.

2. ¿Considera que es importante la investigación de tendencias, maquetación, diagramación, iconos y gráficos, para diseñar un sitio web, del Colegio Cambridge International School?



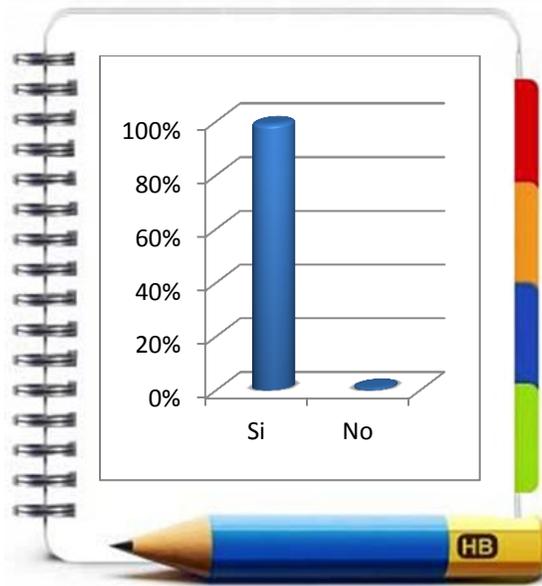
- El 99% por ciento de los encuestados considera que es importante la investigación de tendencias, maquetación, diagramación, iconos y gráficos, para diseñar un sitio web del establecimiento mencionado.

3. ¿Considera que para poder crear un diseño, de un sitio web es necesario tomar en cuenta: limpieza y claridad, para que se le permita al usuario navegar sin inconvenientes y encontrar rápidamente lo que busca?



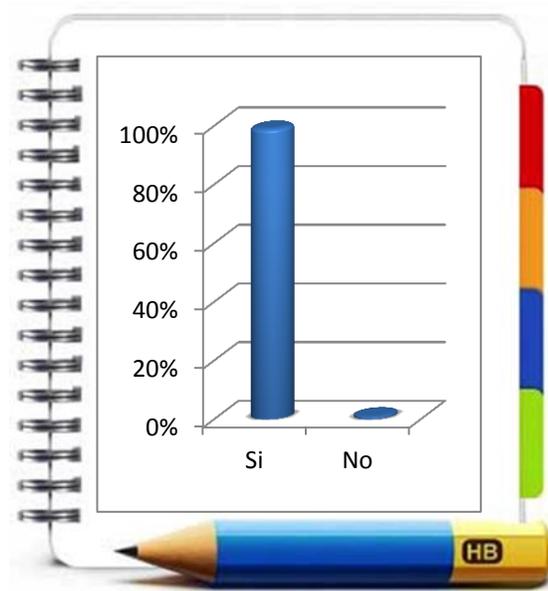
- El 100% de los encuestados considera que para crear un diseño de un sitio web, es necesario tomar en cuenta la limpieza y claridad para navegar sin inconvenientes y encontrar rápidamente lo buscado.

4. ¿Considera que es necesario que un sitio web contenga elementos visuales, tipografías, colores etc. del establecimiento para lograr reflejar el carácter y la identidad del mismo en el sitio web



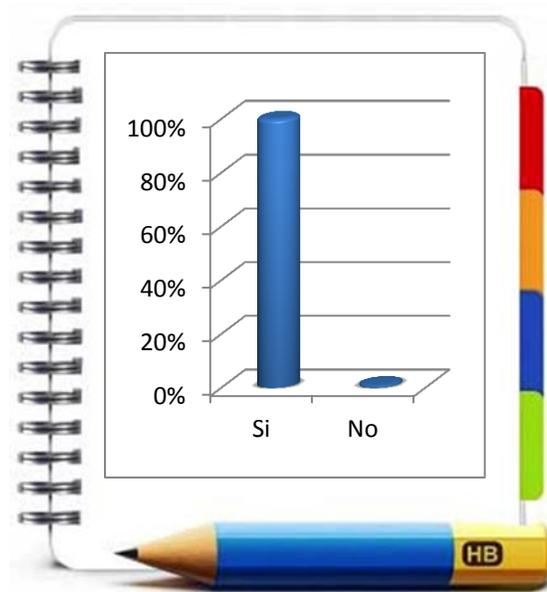
- El 100% de los encuestados considera que es necesario que el sitio web contenga elementos visuales, tipografías, colores etc. del establecimiento, para lograr reflejar el carácter y la identidad del mismo en el sitio web.

5. ¿Considera que es oportuno la Investigación previa de elementos de imagen para un sitio web para lograr una mejor comprensión para el usuario al momento de navegar?



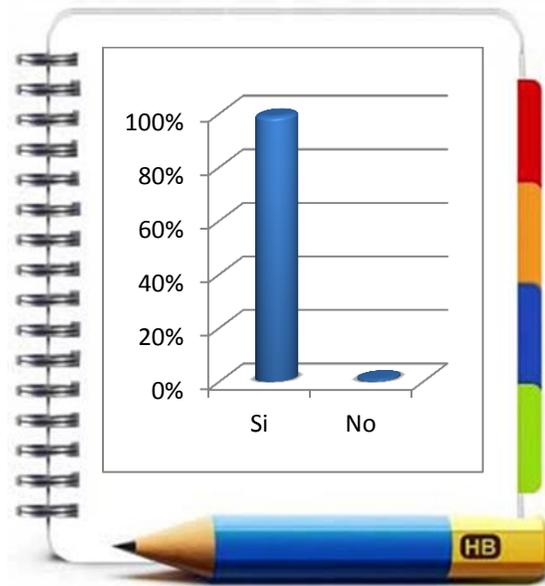
- El 100% de los encuestados considera que es oportuno la investigación previa de elementos de imagen para un sitio web, para lograr mejor comprensión para el usuario al momento de navegar.

6. ¿Considera que es necesario que el sitio web contenga información del establecimiento como: actividades, becas, diplomados, cursos gratis etc?



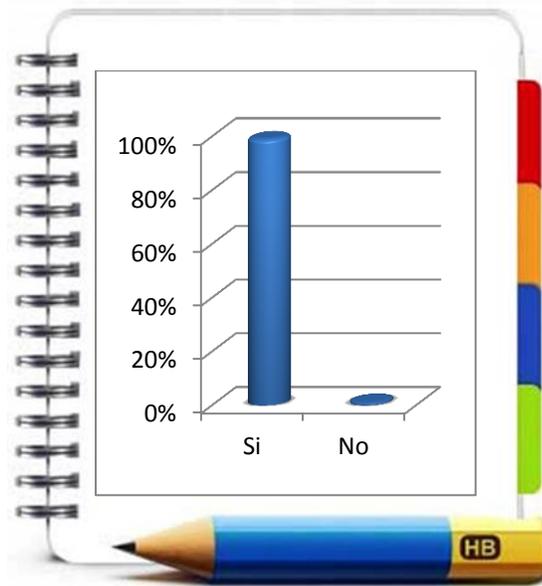
- El 100% de los encuestados considera que es necesario que el sitio web contenga información del establecimiento como: actividades, becas, diplomados, cursos gratis etc.

7. ¿Considera que es necesario que el sitio web contenga información sobre la forma de evaluar, reglas, normas del establecimiento?



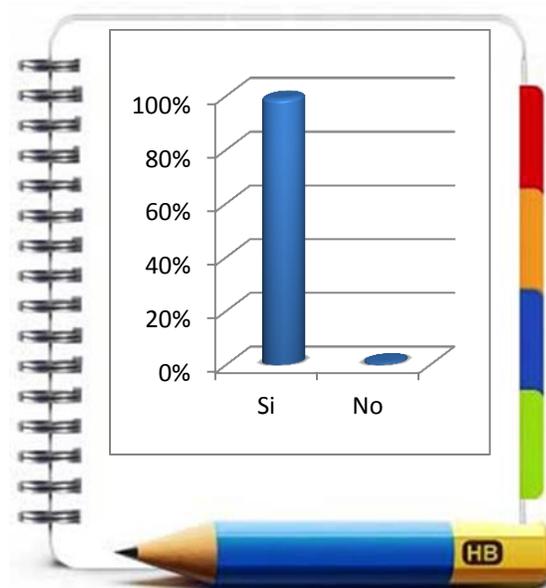
- El 99% de los encuestados considera que es necesario que el sitio web contenga información sobre la forma de evaluar, reglas, normas del establecimiento.

8. ¿Considera que es oportuno un sitio web como medio de publicidad para el Colegio Cambridge International School para que los clientes potenciales puedan conocer el establecimiento?



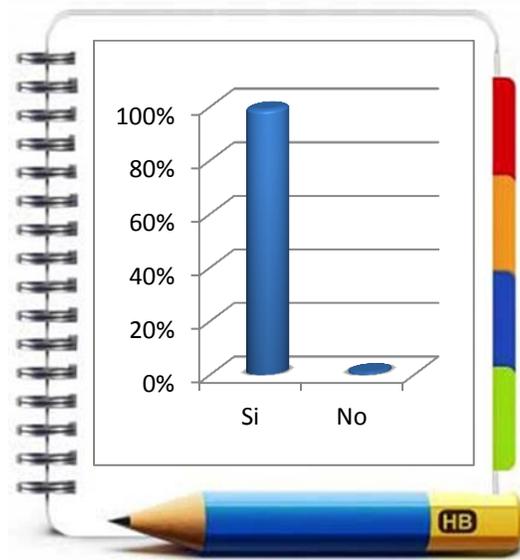
- El 100% de los encuestados considera que es oportuno un sitio web como medio de publicidad para el Colegio Cambridge International School, para que los clientes potenciales puedan conocer el establecimiento.

9. ¿Considera que es necesario agregar elementos de apoyo para que el usuario pueda entender mejor el sitio web para que pueda informarse de una manera dinámica, eficaz y sencilla?



- El 98% de los encuestados considera que es necesario agregar elementos de apoyo para que el usuario pueda entender mejor el sitio web y se informe de manera dinámica, eficaz y sencilla.

10. ¿Considera que es necesario diseñar una maqueta previa para un sitio web?



- El 98% de los encuestados considera que es necesario diseñar una maqueta previa para un sitio web.

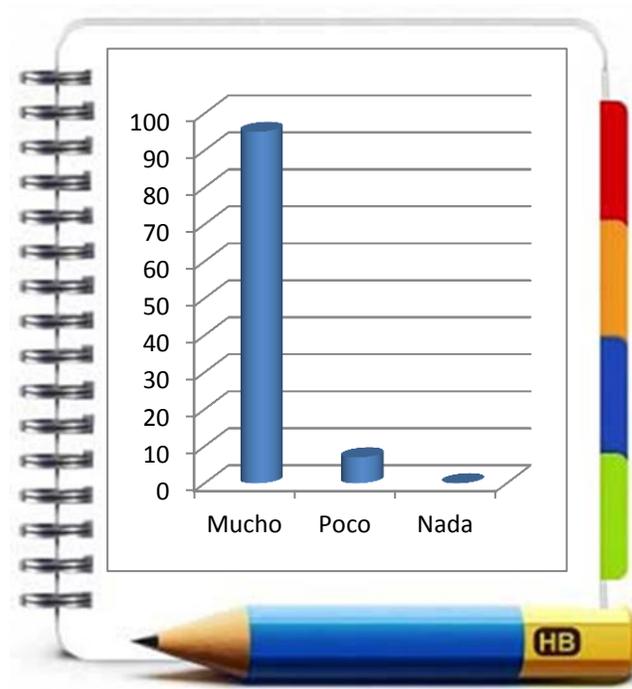
Parte lógica:

11. ¿El color negro le provoca la sensación de elegancia?



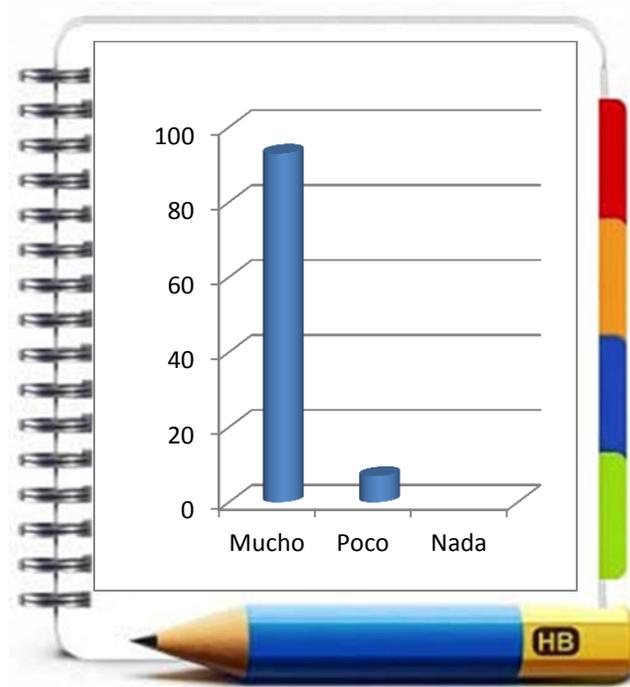
- El 96% de los encuestados considera que el color negro les provoca sensación de elegancia.

12. ¿La forma rectangular le da la sensación de estabilidad?



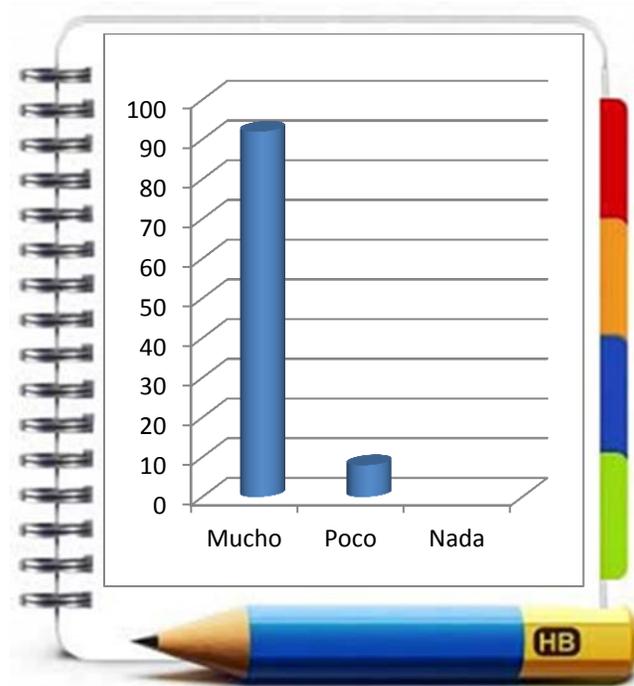
- El 95% de los encuestados considera que la forma rectangular les da sensación de estabilidad.

13. ¿La tipografía del establecimiento considera que da la sensación de elegancia y de distinción?



➤ El 93% de los encuestados considera que la tipografía del establecimiento da la sensación de elegancia y distinción.

14. ¿Los iconos del sitio web son comprensibles y van de acuerdo al diseño de la misma?



- El 92% de los encuestados considera que los iconos del sitio web son comprensibles y van de acuerdo al diseño de la misma.

15. ¿Considera usted que el sitio web es dinámico?



➤ El 93% de los encuestados considera que el sitio web es dinámico.

Parte operativa

16. ¿El presente sitio web cumple su función de comunicación e información?



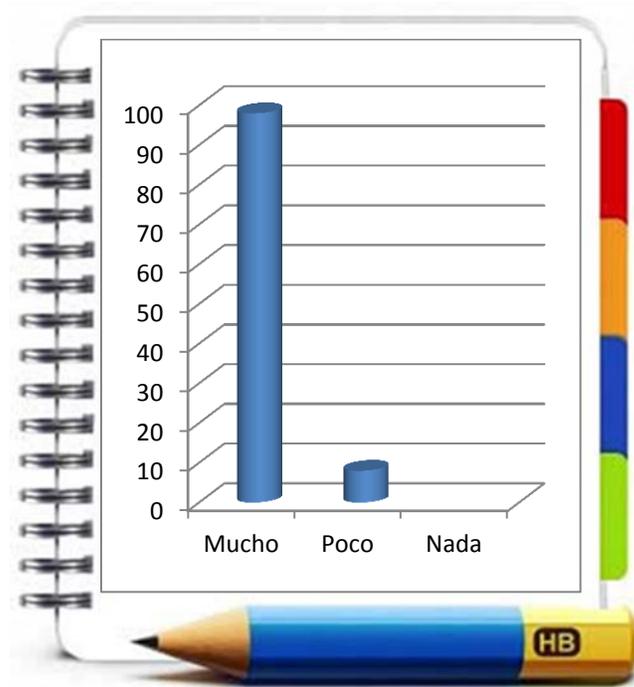
- El 99% de los encuestados considera que el sitio web cumple su función de comunicación e información.

17. ¿Considera que el sitio web es apropiado para el grupo objetivo?



- El 100% de los encuestados considera que el sitio web es apropiado para el grupo objetivo.

18. ¿Le parece que la orientación horizontal del sitio web es la indicada?



- El 98% de los encuestados considera que la orientación horizontal del sitio web es la indicada.

19. ¿considera que la maquetación del sitio web es correcta?



➤ El 100% de los encuestados considera que la maquetación del sitio web es correcta.

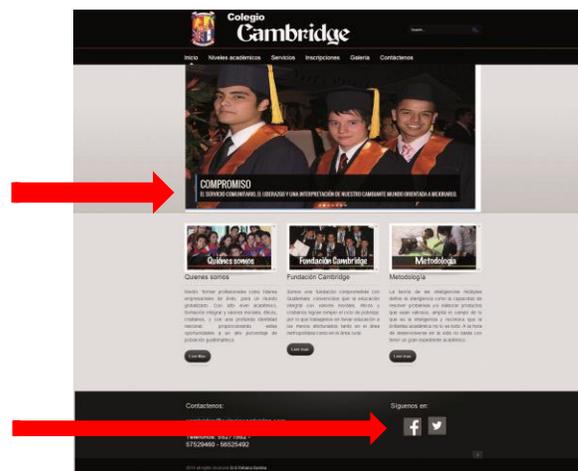
8.4 cambios en base a resultados

Página inicio

Antes:



Después:

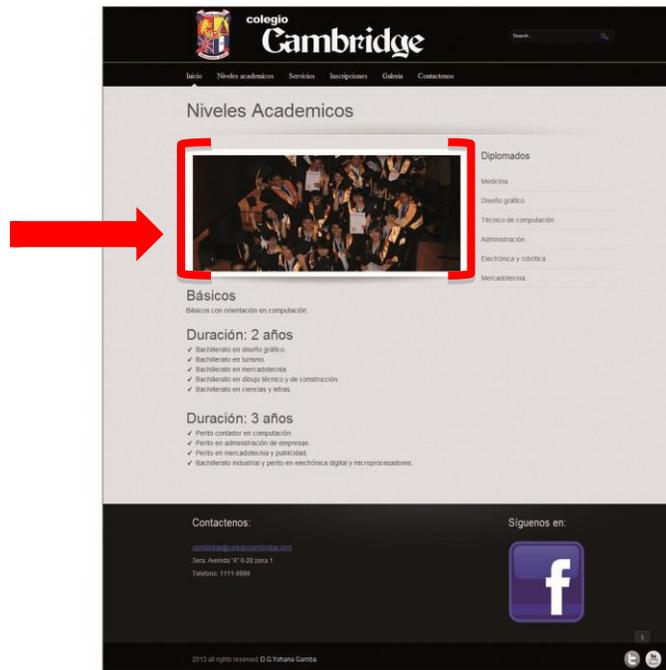


En todas las páginas se modificó el icono de las redes sociales. Todas se colocaron del mismo tamaño para lograr mejor armonía en el diseño.

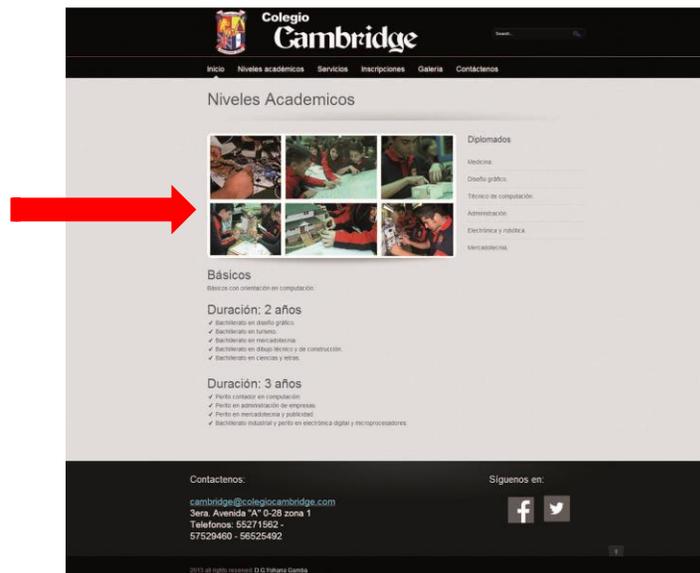
Las fotografías grandes contienen una frase con valores del establecimiento. Para mejor legibilidad se le agregó una franja negra en la parte de atrás y la letra blanca se conservó.

Página niveles académicos

Antes:



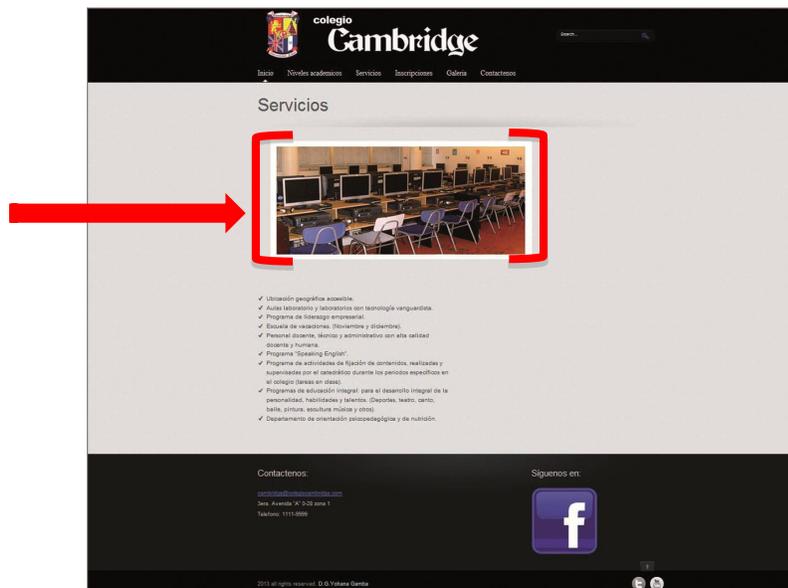
Después:



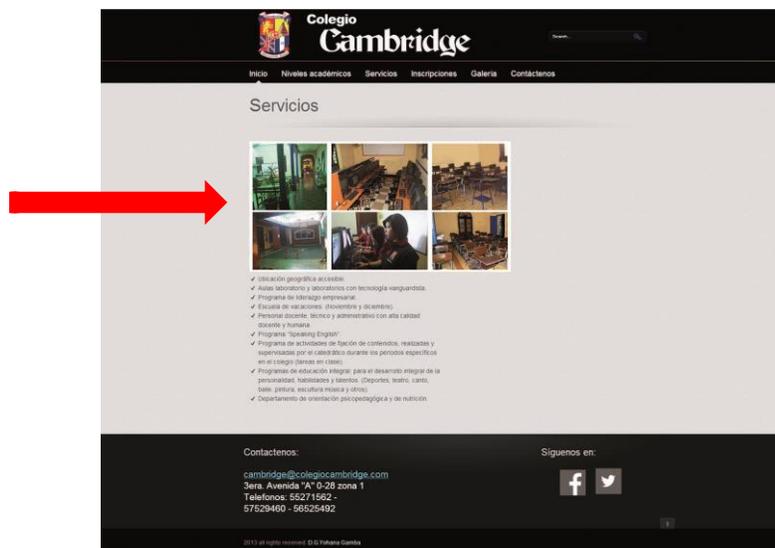
En la validación se recomendó que en el área indicada entre paréntesis hubiera más fotografías de las carreras, para tener idea más clara de ellas.

Página servicios

Antes:



Después:



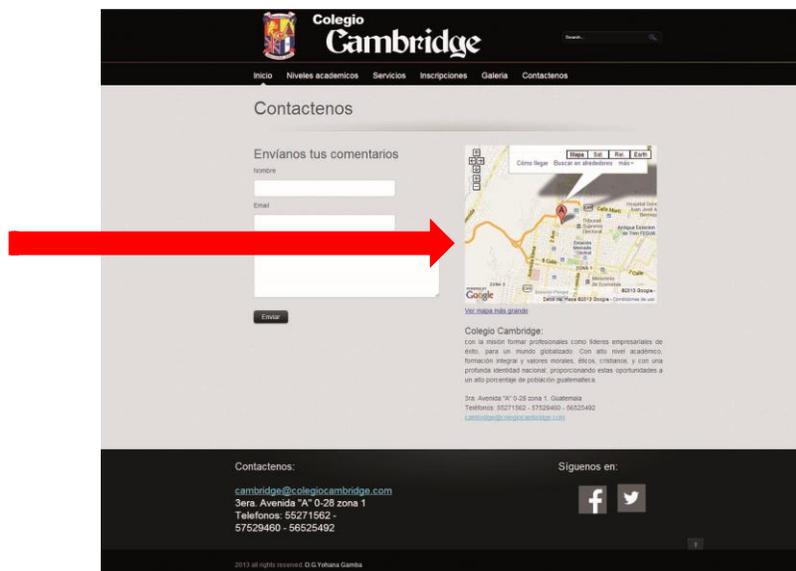
En esta página se recomendó que se enfocara más en la fotografía. (Ambientes del establecimiento).

Página contactos

Antes:



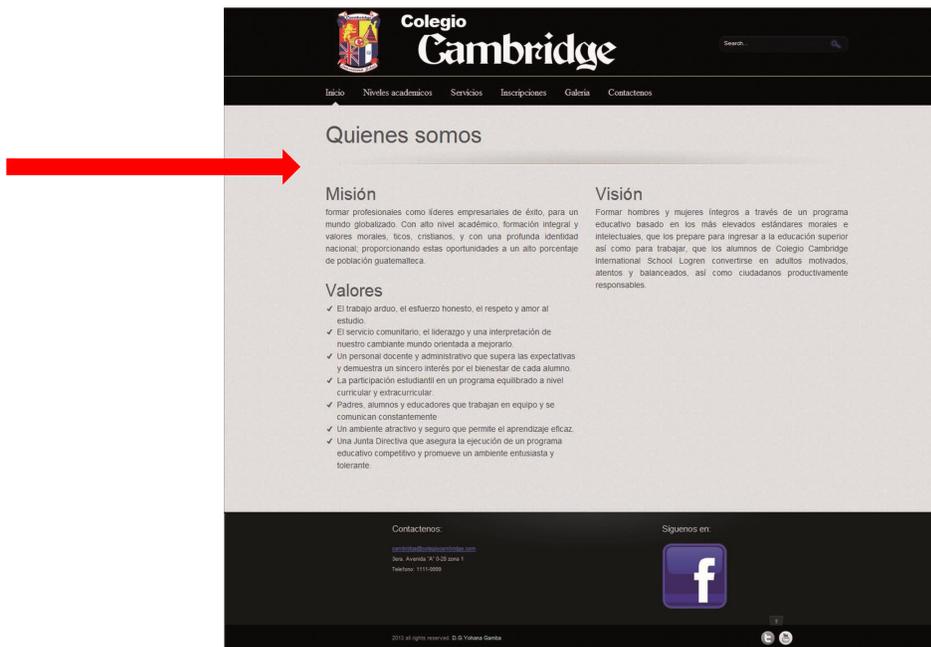
Después:



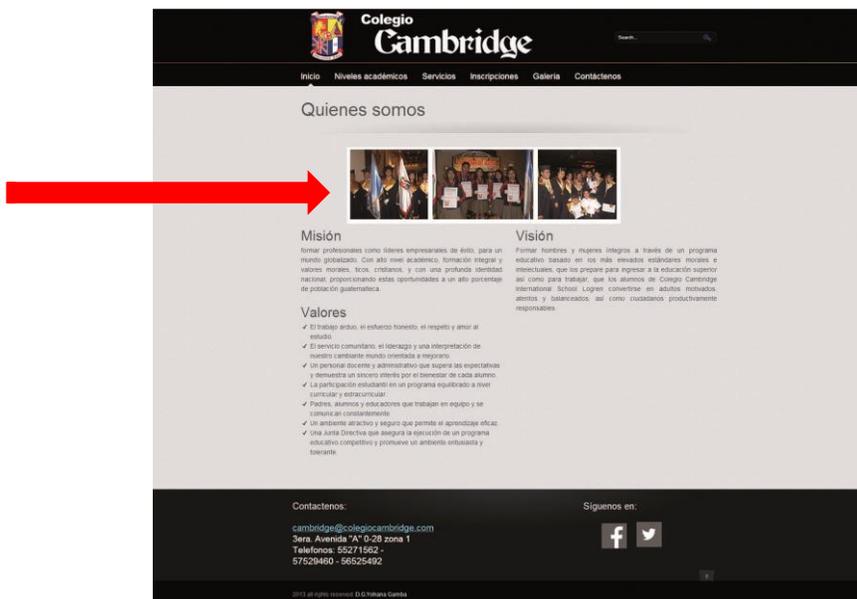
En esta área del sitio web se modificó el mapa, ya que anteriormente era una fotografía, ahora es un link que mandará al usuario al Google Maps, para que se ubique mejor al momento de querer llegar al establecimiento.

Página quienes somos

Antes:



Después:



Se agregaron fotografías de alumnos graduados y abanderados el Colegio Cambridge International School, para mejoramiento de diseño.

Página fundación Cambridge

Antes:



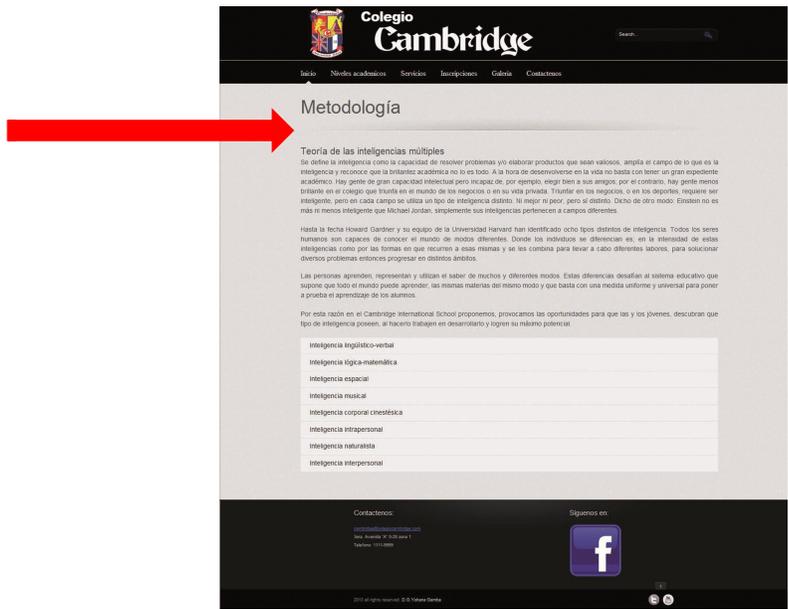
Después:



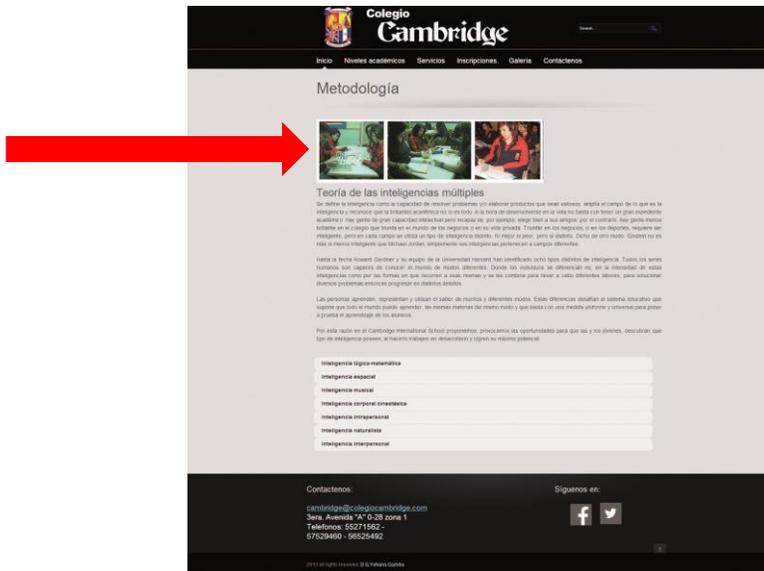
En esta área se agregaron fotografías de alumnos que ha sido beneficiados por la becas Cambridge junto con medalla de excelencia Cambridge. Para que los usuarios pudieran entender de manera gráfica los beneficios y facilidades de las becas, para cumplir su sueño de graduarse a nivel diversificado, superar así la desventaja económica.

Página metodología

Antes:



Después:



En esta página se agregaron fotografías de estudiantes en las diferentes áreas de aprendizaje para mejor comprensión de forma gráfica.

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Capítulo IX: propuesta gráfica final:

Página de inicio

La medida de todas las páginas es de 900x 4000 píxeles





Colegio Cambridge

Inicio Niveles académicos Servicios Inscripciones Galería Contáctenos

Quiénes somos



Misión

formar profesionales como líderes empresariales de éxito, para un mundo globalizado. Con alto nivel académico, formación integral y valores morales, ticos, cristianos, y con una profunda identidad nacional, proporcionando estas oportunidades a un alto porcentaje de población guatemalteca.

Valores

- ✓ El trabajo arduo, el esfuerzo honesto, el respeto y amor al estudio.
- ✓ El servicio comunitario, el liderazgo y una interpretación de nuestro cambiante mundo orientada a mejorarlo.
- ✓ Un personal docente y administrativo que supera las expectativas y demuestra un sincero interés por el bienestar de cada alumno.
- ✓ La participación estudiantil en un programa equilibrado a nivel curricular y extracurricular.
- ✓ Padres, alumnos y educadores que trabajan en equipo y se comunican constantemente
- ✓ Un ambiente atractivo y seguro que permite el aprendizaje eficaz.
- ✓ Una Junta Directiva que asegura la ejecución de un programa educativo competitivo y promueve un ambiente entusiasta y tolerante.

Visión

Formar hombres y mujeres íntegros a través de un programa educativo basado en los más elevados estándares morales e intelectuales, que los prepare para ingresar a la educación superior así como para trabajar, que los alumnos de Colegio Cambridge International School Logren convertirse en adultos motivados, atentos y balanceados, así como ciudadanos productivamente responsables.

Contactenos:

cambridge@colegiocambridge.com
3era. Avenida "A" 0-28 zona 1
Telefonos: 55271562 -
57529460 - 56525492

Síguenos en:



2013 all rights reserved. D.G.Yohana Gamba



Colegio Cambridge

[Inicio](#) [Niveles académicos](#) [Servicios](#) [Inscripciones](#) [Galería](#) [Contáctenos](#)

Fundación Cambridge

Misión

Somos una fundación comprometida con Guatemala, convencidos que la educación integral con valores morales, éticos y cristianos logran romper el ciclo de pobreza, por lo que trabajamos en llevar educación a los menos afortunados tanto en el área metropolitana como en el área rural, principalmente al área maya-kekchi que es una de las áreas más necesitadas de Guatemala.

Visión

Llevar educación integral con valores morales, éticos y cristianos a la mayor cantidad de adolescentes y adultos de escasos recursos del área metropolitana y área rural, principalmente en el área maya-kekchi para que logren el desarrollo de sus comunidades y mejorar su situación social y económica.



Contáctenos:

cambridge@colegiocambridge.com
3era. Avenida "A" 0-28 zona 1
Teléfonos: 55271562 -
57529460 - 56525492

Síguenos en:



2013 all rights reserved. D.G.Yohana Gamba



Colegio Cambridge

Inicio Niveles académicos Servicios Inscripciones Galería Contáctenos

Metodología



Teoría de las inteligencias múltiples

Se define la inteligencia como la capacidad de resolver problemas y/o elaborar productos que sean valiosos, amplía el campo de lo que es la inteligencia y reconoce que la brillantez académica no lo es todo. A la hora de desenvolverse en la vida no basta con tener un gran expediente académico. Hay gente de gran capacidad intelectual pero incapaz de, por ejemplo, elegir bien a sus amigos; por el contrario, hay gente menos brillante en el colegio que triunfa en el mundo de los negocios o en su vida privada. Triunfar en los negocios, o en los deportes, requiere ser inteligente, pero en cada campo se utiliza un tipo de inteligencia distinto. Ni mejor ni peor, pero sí distinto. Dicho de otro modo: Einstein no es más ni menos inteligente que Michael Jordan, simplemente sus inteligencias pertenecen a campos diferentes.

Hasta la fecha Howard Gardner y su equipo de la Universidad Harvard han identificado ocho tipos distintos de inteligencia. Todos los seres humanos son capaces de conocer el mundo de modos diferentes. Donde los individuos se diferencian es, en la intensidad de estas inteligencias como por las formas en que recurren a esas mismas y se les combina para llevar a cabo diferentes labores, para solucionar diversos problemas entonces progresar en distintos ámbitos.

Las personas aprenden, representan y utilizan el saber de muchos y diferentes modos. Estas diferencias desafían al sistema educativo que supone que todo el mundo puede aprender, las mismas materias del mismo modo y que basta con una medida uniforme y universal para poner a prueba el aprendizaje de los alumnos.

Por esta razón en el Cambridge International School proponemos, provocamos las oportunidades para que las y los jóvenes, descubran que tipo de inteligencia poseen, al hacerlo trabajen en desarrollarlo y logren su máximo potencial.

- Inteligencia lógica-matemática
- Inteligencia espacial
- Inteligencia musical
- Inteligencia corporal cinestésica
- Inteligencia intrapersonal
- Inteligencia naturalista
- Inteligencia interpersonal

Contactenos:
cambridge@colegiocambridge.com
3era. Avenida "A" 0-28 zona 1
Telefonos: 55271562 -
57529460 - 56525492

Síguenos en:



2013 all rights reserved. D.G. Yohana Gamba



**Colegio
Cambridge**

Inicio Niveles académicos Servicios Inscripciones Galeria Contáctenos

Niveles Académicos



Diplomados

- Medicina.
- Diseño gráfico.
- Técnico de computación.
- Administración.
- Electrónica y robótica.
- Mercadotecnia.

Básicos

Básicos con orientación en computación.

Duración: 2 años

- ✓ Bachillerato en diseño gráfico.
- ✓ Bachillerato en turismo.
- ✓ Bachillerato en mercadotecnia.
- ✓ Bachillerato en dibujo técnico y de construcción.
- ✓ Bachillerato en ciencias y letras.

Duración: 3 años

- ✓ Perito contador en computación.
- ✓ Perito en administración de empresas.
- ✓ Perito en mercadotecnia y publicidad.
- ✓ Bachillerato industrial y perito en electrónica digital y microprocesadores.

Contáctenos:

cambridge@colegiocambridge.com
3era. Avenida "A" 0-28 zona 1
Telefonos: 55271562 -
57529460 - 56525492

Síguenos en:



2013 all rights reserved. D.G. Yohana Gamba

Página servicios:



Colegio Cambridge

Inicio Niveles académicos Servicios Inscripciones Galería Contáctenos

Servicios



- ✓ Ubicación geográfica accesible.
- ✓ Aulas laboratorio y laboratorios con tecnología vanguardista.
- ✓ Programa de liderazgo empresarial.
- ✓ Escuela de vacaciones. (Noviembre y diciembre).
- ✓ Personal docente, técnico y administrativo con alta calidad docente y humana.
- ✓ Programa "Speaking English".
- ✓ Programa de actividades de fijación de contenidos, realizadas y supervisadas por el catedrático durante los periodos específicos en el colegio (tareas en clase).
- ✓ Programas de educación integral: para el desarrollo integral de la personalidad, habilidades y talentos. (Deportes, teatro, canto, baile, pintura, escultura música y otros).
- ✓ Departamento de orientación psicopedagógica y de nutrición.

Contáctenos:

cambridge@colegiocambridge.com
3era. Avenida "A" 0-28 zona 1
Telefonos: 55271562 -
57529460 - 56525492

Síguenos en:



2013 all rights reserved. D.G.Yohana Gamba



**Colegio
Cambridge**

Search...

[Inicio](#) [Niveles académicos](#) [Servicios](#) [Inscripciones](#) [Galería](#) [Contáctenos](#)

Graduaciones



1 2 3 4 5 6

Contactenos:
cambridge@colegiocambridge.com
3era. Avenida "A" 0-28 zona 1
Teléfonos: 55271562 -
57529460 - 56525492

Síguenos en:



2013 all rights reserved D.C.Yohana Gamba

Página contáctenos



Colegio Cambridge

Search

[Inicio](#) [Niveles academicos](#) [Servicios](#) [Inscripciones](#) [Galería](#) [Contactenos](#)

Contáctenos

Envíanos tus comentarios

Nombre

Email

Comentario

Enviar



[Ver mapa más grande](#)

Colegio Cambridge:

con la misión formar profesionales como líderes empresariales de éxito, para un mundo globalizado. Con alto nivel académico, formación integral y valores morales, éticos, cristianos, y con una profunda identidad nacional, proporcionando estas oportunidades a un alto porcentaje de población guatemalteca.

3ra. Avenida "A" 0-28 zona 1, Guatemala
Teléfonos: 55271562 - 57529460 - 56525492
cambridge@colegiocambridge.com

Contactenos:

cambridge@colegiocambridge.com
3era. Avenida "A" 0-28 zona 1
Teléfonos: 55271562 -
57529460 - 56525492

Síguenos en:



2013 all rights reserved. D.G.Yohana Gamba

Capítulo X: Planes de producción, reproducción y distribución

Capítulo X producción, reproducción y distribución:

10.1 Plan de costos de elaboración:

A continuación se detalla el costo y el tiempo del análisis del proceso creativo, elaboración de propuesta del sitio web, elaboración del marco teórico, bocetaje y propuesta preliminar.

Descripción	Tiempo	Cantidad De horas	Costo Unitari o	total
Análisis del establecimiento educativo, tendencias, costos actuales de hosting y diseños de sitios web.	2 semanas	28 horas (2 horas x día)	50 x hora	Q.1,400
Asesoría de programadores.	1 semana	14 horas (2 horas x día)	50x hora	Q.700
Investigación y análisis de maquetación para sitio web, toma de fotografías.	3 semanas	63 horas (3 horas x día)	50x hora	Q.3,150
Preparación de marco de referencia (información relevante de la entidad en análisis)	2 semanas	28 horas (2 horas x día)	50 x hora	Q.1,400

Preparación de Marco Teórico (investigación y análisis de sitios, páginas web y bibliografías.	4 semanas	112 horas (4 horas x día)	50 x hora	Q.5,600
Total:	12 semanas	245 horas		Q.12,250

10.2 Plan de costos de producción:

En el siguiente cuadro se describe el tiempo y costo del arte final del sitio web.

Descripción	Tiempo	Cantidad de horas	Costo Unitario	Total
Bocetos para sitio web	2 semanas	28 horas (2 horas x día)	50 x hora	Q.1,400
Digitalización de sitio web (programación del mismo)	5 semanas	140 horas (4 horas x día)	50 x hora	Q.7000
Total:	6 semanas	168 horas		Q.8,400

10.3 plan de costos de reproducción:

Web hosting	
Este incluye:	
✓ Cuentas de correo infinitas	
✓ Transferencia de datos ilimitada	
✓ Almacenamiento en disco un terabyte	
✓ Dominio 1	
✓ Sub dominios ilimitados	
✓ Sistema operativo ilimitado	
	Q. 800 Anuales

10.4 plan de costos de distribución:

Debido a que es un sitio web la manera de distribución, a través de internet. Por lo tanto no tiene ningún costo de distribución.

10.5 cuadro con resumen general de costos:

Descripción	semanas trabajadas	Horas trabajadas	Costo unitario	Monto Total
Plan de Costos de Elaboración	12 semanas	245 horas	50 x hora	Q.12,250
Plan de Costos de Producción	6 semanas	168 horas	50 x hora	Q.8,400
Plan de Costos de Reproducción	—	—	—	Q.800
Plan de Costos de Distribución	—	—	—	Q.0.00
Total:				Q.21,450

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI: conclusiones y recomendaciones:

10.1. Los elementos visuales, tipografías, colores etc. del establecimiento fueron fundamentales para lograr reflejar el carácter y la identidad del sitio web. Junto a la investigación elementos de imagen para lograr mejor comprensión para el usuario al momento de navegar.

10.2. Se generó un medio de publicidad, comunicación e información eficaz para el Colegio Cambridge International School, para que los clientes potenciales puedan conocer el establecimiento.

10.3. Se crearon elementos de apoyo para que el usuario pueda entender mejor el sitio web y pueda informarse de manera dinámica, eficaz y sencilla.

10.4. La diagramación del sitio web se elaboró de forma interactiva y dinámica. Colocando información verídica sobre los servicios del Colegio International School, para atraer a clientes potencial y se informen.

10.5. La comunicación que el Colegio Cambridge International School tendrá con sus clientes, será eficaz y de una manera ordenada que ayudará a que los comentarios de los clientes sean contestados y logrando retroalimentación positiva para ambos factores.

11.2 recomendaciones:

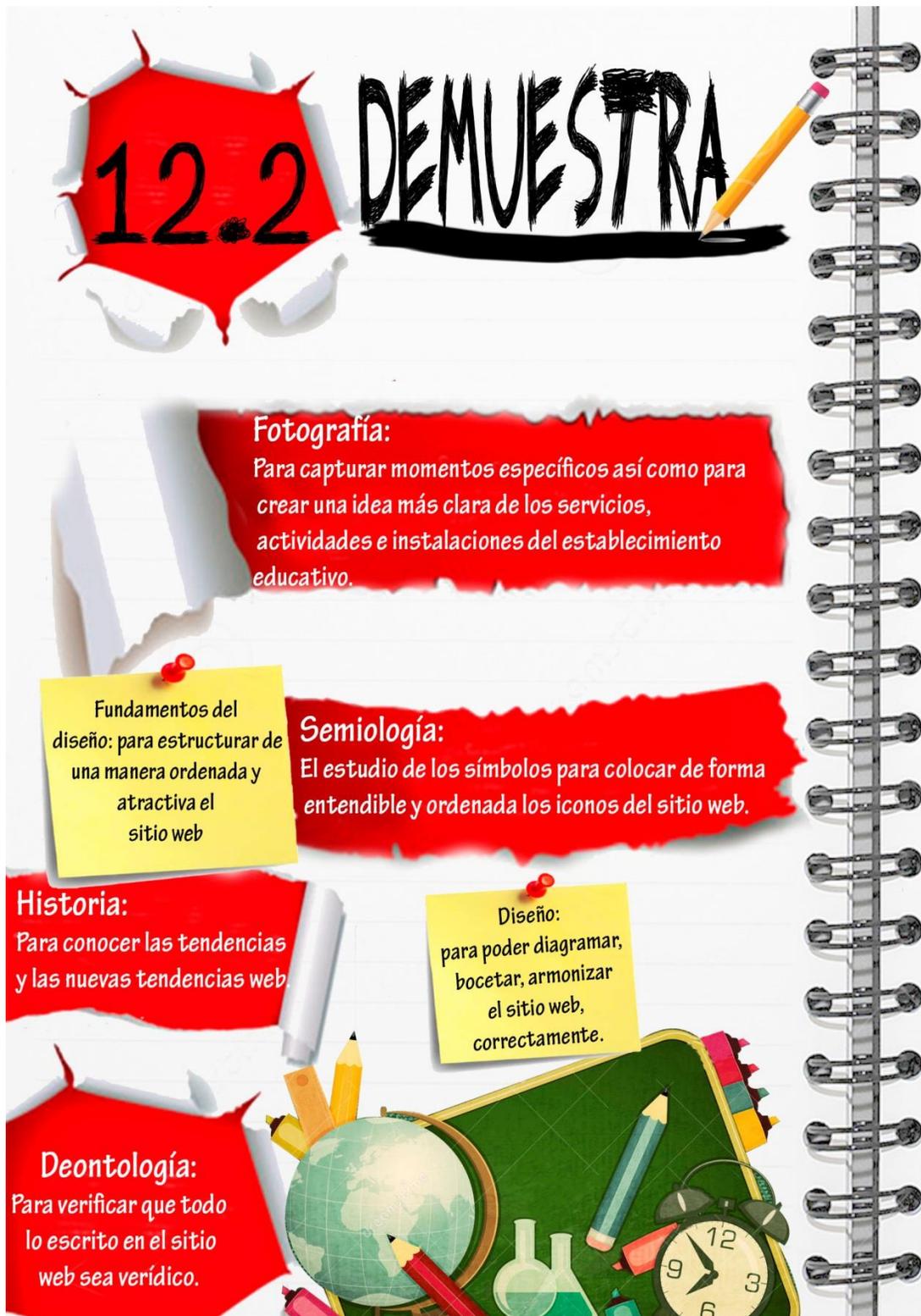
11.1. Que el sitio web esté en constante actualización de: tendencias, maquetación, diagramación, iconos, gráficos, etc. Para que no se vuelva obsoleto.

11.2. Recopilar información del establecimiento de actividades, becas, diplomados, cursos gratis etc. Para que se obtenga un sitio rico en contenido, así los usuarios puedan saber las noticias actuales del establecimiento.

11.3. Que el Colegio Cambridge International School, mas adelante, agregue al sitio web un área donde los padres de familia puedan revisar las tareas de los alumnos.

11.4. Que al momento de agregar información al sitio web, se siga conservando la forma de diagramación, ya que de esta manera obtendrán un sitio web armonioso y ordenado.

Capítulo XII: Conocimiento General



Capítulo XII conocimiento general



XIII: Referencias

Capítulo XIII: referencias

Referencia de libros virtuales

C

Color

Heller Eva: Psicología del color, cómo actúan los colores en los sentimientos y razón: Año 2008. Primera edición.

Comunicación

Satz Tol Martin. Manual de la comunicación para un estudiante universitario: Año 2009, primera edición.

D

Diseño

Gillam Scott Robert: Fundamentos del diseño: año 2002, editorial Limusa.

F

Fotografía

Martino Carlos: fotografía digital: año 2005 primera edición, página 34

P

Psicología

Dr. Cash Adam: Psicología para Dummies: año 2012: primera edición, página 110

Sociología

Anthony Giddens: sociología 2000: Editorial Alianza 2 edición Página 14

Referencias web

A

Andragogía:

<http://es.scribd.com/doc/8006593/Concepto-de-Pedagogia-y-andragogia> comparte

El sitio web el <http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/125/cd/unidad>

B

Becas:

<http://definicion.de/beca/>

<http://es.thefreedictionary.com/beca>

[http://programasbecas.educacionsuperior.gob.ec/apoyo-y-fomento-al-talento-humano/que-es-una-beca.](http://programasbecas.educacionsuperior.gob.ec/apoyo-y-fomento-al-talento-humano/que-es-una-beca)

C

Colegio

<http://www.definicionabc.com/social/colegio.php>

<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/colegio>

http://www.trabajosocialclm.com/index.php?option=com_content&view=article&id=21&Itemid=14

Colegio privado:

Según la página: <http://www.mejorescolegios.es/la-diferencia-entre-colegios-publicos-colegios-concertados-y-colegios-privados/>

Comunicación:

<http://definicion.de/comunicacion/>

<http://www.elementosdelacomunicacion.com/definicion-de-elementos-de-la-comunicacion.htm>

Canal:

<http://html.comunicarseo.com/el-proceso-de-comunicacion.html>

<http://epcyecompetencias.galeon.com/productos2262766.html>

http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm

Código

http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm

<http://www.definicionabc.com/comunicacion/comunicacion.php>

<http://www.definicionabc.com/comunicacion/comunicacion.php#ixzz2ifw4BGJ3>

Comunicación informativa:

<http://www.ani.gov.co/glosario/comunicacion-informativa>

<http://es.thefreedictionary.com/informaci%C3%B3n>

<http://definicion.de/informacion/>

Comunicación escrita

<http://esynfcgij.spot.com/>

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Definici%C3%B3n-De-Comunicaci%C3%B3n-Escrita/3122292.html>

<http://es.scribd.com/doc/49388946/COMUNICACION-ESCRITA>

Composición:

http://www.aloj.us.es/galba/digital/cuatrimestre_ii/imagen-pagina/2elementos5.htm

<http://definicion.de/composicion/>

<http://www.escenografia.cl/comp.htm>

Color:

<http://edafologia.ugr.es/optmine/ppl/color.htm>

<http://www.fotonostra.com/grafico/teoriacolor.htm>

Circulo cromático:

<http://www.definicionabc.com/general/circulo-cromatico.php>

http://www.todacultura.com/acuarelas/circulo_cromatico.htm

http://www.ecured.cu/index.php/C%C3%ADrculo_crom%C3%A1tico

Colores corporativos:

<http://www.blackandroman.com/disenio-grafico-y-colores-corporativos-son-importantes-para-tu-marca/>

<http://www.artesvisuales.net/identidad-corporativa/logotipos/el-color-corporativo>

<http://www.tecneplas.net/noticias/tabid/55/entryid/20/colores-corporativos.aspx>

D

Diplomados:

<http://definicion.de/diploma/>

<http://www.ipm.upel.edu.ve/index.php/extension-academica/diplomados-en>

<http://www.significadode.org/diplomado.htm>

Diseño:

<http://definicion.de/disenio/>

http://habitat.uaslp.mx/academica/ofertaeducativa/Dgrafico/Paginas/D_Grafico.aspx

http://www.artedinamico.com/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.php?it=718&categoria=1

Diagramación:

http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/libros/comunicacion/fundamentos_de_diagramacion/dise%C3%B1o_grafico.htm

<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per87.htm>

<http://personales.upv.es/luileito/asfl/docs/practicas/10-diagramacion.pdf>

Computación:

http://www.cad.com.mx/que_es_una_computadora.htm

<http://www.pergaminovirtual.com.ar/definicion/Computacion.html>

<http://definicion.de/computacion/>

E**Educación:**

<http://www.colegioamigo.com/el-colegio-conocenos-un-poco-mejor/ideario/concepto-de-educacion>

<http://ticserendipity.wordpress.com/2009/08/20/el-concepto-de-educacion/>

<http://es.scribd.com/doc/7622903/Concepto-de-Educacion>.

Emisor:

<http://html.rincondelvago.com/el-proceso-de-comunicacion.html>

http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm

<http://epcyecompetencias.galeon.com/productos2262766.html>

Elementos de diseño:

http://recursos.cnice.mec.es/fp/artes/ut.php?familia_id=5&ciclo_id=1&modulo_id=6&unidad_id=190&menu_id=2274&pagestoyen=1&padre_id=0&submenu_id=3382&ncab=1&contadort=0

http://www.ecured.cu/index.php/Elementos_b%C3%A1sicos_del_Dise%C3%B1o_Gr%C3%A1fico

http://www.ehowenespanol.com/elementos-diseno-textiles-ropa-info_185365/

Elementos visuales

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Elementos-Visuales-Del-Dise%C3%B1o/1790740.html>

<http://www.arqhys.com/arquitectura/visuales-elementos.html>

F

Forma:

<http://es.scribd.com/doc/18413239/Elementos-del-diseno>

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Elementos-Visuales-Del-Dise%C3%B1o/1790740.html>

<http://www.desarrolloweb.com/articulos/1297.php>

Fotografía:

<http://definicion.de/fotografia/>

<http://www.taringa.net/posts/info/12027931/La-Fotografia---Inicio-conceptos-y-ejemplos.html>

H**Heurística:**

<http://www.taringa.net/posts/info/2379078/Que-es-la-Heuristica.html>

<http://jesusgonzalezfonseca.gspot.com/2013/01/heuristicos-y-sesgos-cognitivos-los.html>

<http://www.definicionabc.com/general/heuristica.php#ixzz2sqw9SabN>

M**Mensaje:**

http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm

<http://epcyecompetencias.galeon.com/productos2262766.html>

<http://roble.pntic.mec.es/msanto1/lengua/1comunic.htm>

Maquetación:

<http://www.fotonostra.com/grafico/maquetacion.htm>

<http://gasparbecerra.files.wordpress.com/2008/11/maquetacion1.pdf>

<http://informatica.frch.utn.edu.ar/?p=140>

Medida:

<http://www.arqhys.com/arquitectura/visuales-elementos.html>

<http://es.scribd.com/doc/18413239/Elementos-del-diseno>

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Elementos-Visuales-Del-Dise%C3%B1o/1790740.html>

P**Publicidad institucional:**

<http://www.docstoc.com/docs/33641626/publicidad-institucional>

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Publicidad-Institucional-y-Promocional/4346190.html>

<http://www.entrementes.net/que-es-publicidad-institucional/>

Publicidad persuasiva:

http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/persuasionenla_publicidad/

<http://www.economia48.com/spa/d/publicidad-persuasiva/publicidad-persuasiva.htm>

<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/checklists/5-maneras-de-convertir-la-publicidad-en-persuasion/>

Publicidad:

<http://www.promonegocios.net/publicidad/que-es-publicidad.html>

<http://estrategicomunicaciones.bligoo.com/content/view/288396/Analizar-el-concepto-de-publicidad.html#.UmmSOnBLNmA>

http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/ conceptodepublicidad/

Psicología:

<http://definicion.de/psicologia/>

<http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20INGENIER>

[%20C3%8DA%20AGRON%20C3%93MICA/CARRERA%20DE%20INGENIER%20C3%8DA%20AGRON%20C3%93MICA/02/PSICOLOGIA/concepto%20e%20historia%20de%20%20la%20psicl.pdf](http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20INGENIER%20C3%8DA%20AGRON%20C3%93MICA/CARRERA%20DE%20INGENIER%20C3%8DA%20AGRON%20C3%93MICA/02/PSICOLOGIA/concepto%20e%20historia%20de%20%20la%20psicl.pdf)

Psicología del color:

<http://bienpensado.com/la-psicologia-del-color-en-marketing/>

<http://youpublic.es.tl/%BFQu-e2--es-la-Psicolog%EDa-del-Color-f-.htm>

<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/infografias/la-psicologia-del-color-como-las-empresas-utilizan-el-color-para-remarcar-sus-valores/>

Pedagogía:

<http://pedagogia.mx/concepto/>

<http://www.utp.edu.co/~chumanas/revistas/revistas/rev26/gomez.htm>

<http://www.definicionabc.com/ciencia/pedagogia.php# xzz2sqYd1U7Cc>

Psicología del consumidor:

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/7/pag5.htm>

<http://www.tecnologiapyme.com/productividad/introduccion-a-la-psicologia-del-consumidor>

<http://psicodelapubli.wordpress.com/2009/09/10/psicologia-del-consumidor/recalca>

Psicología de la comunicación:

<http://es.scribd.com/doc/20928796/2%C2%BA-Psicologia-de-la-Comunicacion-Y-RRII->

<http://comunicacioneducativaiuem.spot.com/2011/01/111-definicion-y-112-propositos-y-fines.html>.

<http://www.alfinal.com/Temas/psicocom.php>

Receptor:

<http://epcyecompetencias.galeon.com/productos2262766.html>

http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm

<http://procesos.com/el-proceso-de-comunicacion.html>

S

Servicio educativo:

<http://www.itsurdenayarit.edu.mx/servicioseducativos.php>

http://colegio.redp.edu.co/patiobonito1/index.php?option=com_content&view=article&id=10:el-servicio-educativo&catid=8:principal&Itemid=7

S

Sociología:

<http://presentaciosociologi.galeon.com/productos2268705.html>

http://html.sociedad.com/sociologia_concepto-e-historia.html

Semiología:

<http://definicion.de/semiologia/>

<http://www.fotonostra.com/grafico/semiologia.htm>

<http://www.portaldearte.cl/terminos/semiolog.htm>

T

Textura:

<http://es.scribd.com/doc/18413239/Elementos-del-diseno>

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Elementos-Visuales-Del-Dise%C3%B1o/1790740.html>

<http://www.arqhys.com/arquitectura/visuales-elementos.html>

Tipografía:

<http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.htm>

http://diseno.ciberaula.com/articulo/tipografia_diseno_grafico/

<http://definicion.de/tipografia/>

Tecnología:

<http://www.significados.info/tecnologia/>

<http://definicion.de/tecnologia/>

<http://tecnoevolucion.jimdo.com/concepto-de-tecnolog%C3%ADa/>

Tendencia en las páginas web:

<http://es.thefreedictionary.com/tendencia>

<http://definicion.de/tendencia/>

<https://sites.google.com/site/jojoaa/marketing---definicion/definicion-de-tendencia-que-es-una-tendencia>

Capítulo XIV: Anexo

Capítulo XVI: anexos

A: Brief de la empresa

FACOM Facultad de Ciencias de la Comunicación

BRIEF

BRIEF: Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: MARTA YOHANA GAMBA MENDEZ

No. de Carné: 09000973 Celular: 52496879

Email: marjo-16-89@hotmail.com

Proyecto: Diseño del sitio web del colegio Cambridge International school para dar a conocer los servicios educativos para clientes potenciales.

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): Cambridge International School

Dirección: 3av "A" 3-28 Zona 1

Email: cole.cambridge@hotmail.com Tel: 57529460

Contacto: Maria Cristina Bereda Arevalo Celular: 57529460

Antecedentes: Colegio que imparte servicio educativo en ciclo Básico y Diversificado con 5 años y medio de existencia y con autoridades profesionales y títulos en el ámbito educativo; Cumpliendo con los reglamentos vigentes y brindando Valor agregado a la educación

Oportunidad identificada: Se pueden expandir más por la calidad de estudio por las becas, por los diplomados y por la zona de su ubicación

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Formar Profesionales como líderes empresariales de éxito para un mundo globalizado con alto nivel académico

Visión: Formar hombres y mujeres íntegros a través de un programa educativo

Delimitación geográfica: _____

Grupo objetivo: Jovenes y padres de familia

Principal beneficio al grupo objetivo: atraer clientes

Competencia: Colegio con infraestructura mas grande

Posicionamiento: _____

Factores de diferenciación: _____

Objetivo de mercadeo: atraer nuevos clientes y mantener a los actuales

Objetivo de comunicación: mantener una relación y dar a conocer los servicios

Mensajes claves a comunicar: Formas de evaluar, metodología Servicios educativos, Becas cursos

Estrategia de comunicación: Dar a conocer la Fundación Cambridge que ofrece Becas

Reto del diseño y trascendencia: que los clientes potenciales entiendan el mensaje

BRIEF

Materiales a realizar: Sitio web, Fotografías

Presupuesto: ilimitado.

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Rojo, Dorado, Blanco, Azul

Tipografía: ThorTen

Forma: Siluetas

LOGOTIPO



Fecha: _____

B: Cotizaciones

Cotización 1:



PROYECTO: "COLEGIO CAMBRIDGE"

CONSULTOR: Yaneth López

GUATEMALA 26 de noviembre de 2013

Vía 4, 1-30 zona 4, oficina 501, Edificio Campus TEC / T. (502) 23287900 /



El presente documento pasa a formar parte integral del contrato suscrito entre SOLUCIONWEB, SOCIEDAD ANONIMA y _____ martes 26 de noviembre de 13

**Estimada
Johana Gamba
Colegio Cambridge
Presente,**

ANTECEDENTES

Es de vital importancia contar con un sitio web como parte de su estrategia digital de comunicación y sobre todo contar con la tecnología que se está manejando hoy en día, por lo cual a continuación le detallo las fases y propuesta para el sitio Web de Colegio Cambridge.

ETAPAS DE DESARROLLO

I. CONCEPTUALIZACION

- Entrevista uno a uno para entender el giro de la empresa y estrategias corporativas establecidas a corto, mediano y largo plazo.
- Identificamos las herramientas digitales actuales que se manejan y sus resultados para un posterior análisis.
- Desarrollamos en conjunto un Brief completo que define claramente a la empresa.

II. ANALISIS

- **Análisis de la empresa:**
Basados en el Brief definido realizamos un análisis de la empresa, analizamos los resultados de las herramientas digitales administradas en el pasado/actual, definimos los alcances de la empresa y como ésta puede lograr sus objetivos planteados en los medios digitales.
On - line, herramientas web utilizadas, alcance social e impacto en el mercado.

Vía 4, 1-30 zona 4, oficina 501, Edificio Campus TEC / T. (502) 23287900 /

- **Análisis del grupo objetivo:**

Basados en el brief definido identificamos el grupo objetivo y buscamos las mejores formas de poder transmitir el mensaje deseado logrando los objetivos de la empresa.

III. PROPUESTA ESTRATEGICA

Basados en la conceptualización y análisis se preparará una propuesta integral diseñada a la medida que abarcará diversos canales según la estrategia de la empresa.

FASES

1. Desarrollo Prototipo: Se desarrollará en escala de grises un prototipo digital el cual mostrará la funcionalidad de los elementos recomendados a utilizar en el medio digital. Se realizará una clasificación de la información y se definirá los elementos que deben de ser destacadas en cada una de las áreas del proyecto web. Esta fase es muy importante ya que define el comportamiento de su empresa en la web, elementos de programación que deben de ser incluidos y efectos gráficos posibles. finalmente el coordinador de su empresa debe de aprobar el prototipo para continuar a la siguiente fase.

2. Diseño Gráfico Web: Siguiendo las fases y una vez contemos con el prototipo aprobado y todos los elementos a ser incluidos se desarrollará una propuesta de línea gráfica incorporando todos los elementos gráficos con el que cuenta su empresa. (imágenes, logotipos, slogan, etc). Esta fase es muy importante ya que muestra la personalidad de su empresa, agilidad e innovación.

3. Informe Final: El consultor de Solucionweb presentará un informe escrito con el prototipo y línea gráfica aprobada por el cliente. Se entregará una dirección electrónica temporal con los elementos digitales finales para su uso posterior.

IV. Desarrollo de los módulos de programación

- Programación de los módulos estipulados
- Programación del CMS para el manejo de contenidos
- Lenguaje de programación: Drupal, HTML5 y PHP5
- Módulos iniciales a incluir
 - Módulo Administración de contenidos
 - Podrán agregar, editar y eliminar contenidos y fotografías dentro del sitio.
 - Módulo Galería de Fotografías
 - Podrán crear galerías fotográficas de eventos del colegio
 - Módulo Formulario de Contacto
 - Para los diferentes departamentos
 - Contabilidad
 - Administración
 - Etc.
 - Módulo Noticias
 - Módulo Calendarios de Actividades
 - Módulo Buscador general
 - Módulo Suscripción (almacenamiento en BD)
 - Módulo Share (Para referir el sitio web)
 - Módulo Link a redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube)
 - Google Analytics
 - Carrusel de imágenes
 - Optimización con los motores de búsqueda
- Aprobación de la funcionalidad del sitio web

V. Capacitación

- Se capacitará en el uso del manejador de contenido (CMS)
- Capacitación de 1 día a 2 personas.
-

Vía 4, 1-30 zona 4, oficina 501, Edificio Campus TEC / T. (502) 23287900 /

VI. Webmaster

- o Ingreso / edición de contenido hasta un máximo de 10 hojas tamaño carta y 25 fotografías. Si desea contenido adicional se cobrara por hora

INVERSION

Descripción	Tiempo	Inversión
1. Conceptualización, análisis y propuesta estratégica web (únicamente el prototipo)	1 Mes	\$ 5,200.00 (pago único)
2. Propuesta Estratégica web (únicamente diseño de línea gráfica web)	2 Semanas	
3. Programación de sitio Web.	6 semanas	
4. Web Hosting 300MB de espacio y 10GB de transferencia y registro de dominio.	24 a 48 horas	\$ 207.00 (Pago anual)

Total Proyecto Web \$5,407.00

Formas de pago

70% Anticipo de proyecto

30% Al terminar proyecto

Vía 4, 1-30 zona 4, oficina 501, Edificio Campus TEC / T. (502) 23287900 /



Datos de Facturación

Razón Social:

Dirección Fiscal:

Nit: _____

Dirección para entrega de factura:

Forma de pago:

Efectivo

Cheque

Deposito

Tarjeta de Crédito (recargo del 12%)

Contacto de cobro:

Información de cuentas:

Cuenta en Quetzales: 060-025307-0 Monetaria Banco Industrial

Cuenta en Dólares es 006-008147-1 Monetaria Banco Industrial

A nombre de SolucionWeb, S.A

Atentamente,

Yaneth Lopez

ylopez@solucionweb.com | 4007-2356

Vía 4, 1-30 zona 4, oficina 501, Edificio Campus TEC / T. (502) 23287900 /

Cotización 2:



Guatemala, 25 de Noviembre de 2013

Yohana Gamba

Estimada Yohana,

Gracias por tomar en cuenta nuestra propuesta de servicios web enmiGuate.com. Le incluimos la opción solicitada con algunos detalles. Cualquier duda al respecto le suplicamos hacerla llegar y con gusto será atendida.

En nuestro sitio web www.enmiGuate.com se encuentran publicadas diferentes opciones con sus respectivos precios, por si necesita Hosting y Dominio o un sitio con funcionalidad especial.

COTIZACION DE SERVICIOS WEB

DISEÑO DE SITIO WEB ANIMADO:

Q. 1450.00 una sola vez. (no se paga anualmente)

Diseño de Sitio con encabezado animado y capacitación para administrar el sitio diseñado (2 horas en nuestras oficinas o capacitación en línea).

El sitio se entrega 8 días después de que el cliente entrega la información que desea publicar y el número del sitio base que desea que se utilice. Si el cliente lo prefiere, nosotros elegimos el diseño base de acuerdo a los colores y forma del logotipo de la empresa.

El diseño del sitio incluye la implementación y diseño del sistema de tienda en línea.

- ✓ El sitio se diseña tomando como referencia una plantilla o base del catálogo en www.enmiGuate.com/animado.html (usuario: clientes Clave: Guatemala) y se realizan los cambios solicitados por el cliente.
- ✓ Encabezado animado en flash.
- ✓ El sitio es optimizado para que sea reconocido o encontrado fácilmente por los buscadores más populares como Google, Yahoo, etc.
- ✓ Cuentas de correo ilimitadas (usando el espacio en disco).
- ✓ Se diseñan hasta 25 páginas, incluyendo la página principal y formulario de contacto en línea.
- ✓ Los textos se incluyen tal y como los proporciona el cliente, se recomienda que el cliente revise la ortografía y haga las correcciones antes de enviar la información. Se permite que envíe una versión posterior ya revisada y corregida.

- ✓ En las páginas donde lo indiquen se vinculan los videos de Youtube que indiquen y enlaces a los PDFs que deseen publicar.
- ✓ Las imágenes debe proporcionarlas en formato .jpg ó .gif. Las imágenes las redimensionamos y les aplicamos leves ajustes para que se integren al diseño del sitio, si nos proporcionan las imágenes o fotografías de mala calidad, borrosas o muy oscuras, no podremos hacerle mejoras.
- ✓ Si desea cierta música específica en su sitio, debe proporcionar el archivo de audio en formato .mp3 ó .midi.
- ✓ Si desea una sección protegida por contraseña, debe indicar el nombre de la sección y la información que desea protegida, así como el usuario y clave con que desea que protejamos esa sección.
- ✓ Los sitios se diseñan en ocho días a partir del momento en que se entrega toda la información. El reemplazo de textos o de imágenes implica retraso en la entrega.
- ✓ Es importante contar con el logotipo de la empresa con una resolución alta para integrarlo al sitio en los lugares que corresponda.
- ✓ En nuestro sitio www.enmiGuate.com/guiai.html encontrará una guía de la información que le sugerimos publicar en su sitio web.
- ✓ Luego de concluido el diseño de su sitio le entregamos todo el material y para modificarlo necesitará un editor de html, un programa como Dreamweaver y editor de imágenes como Fireworks.
- ✓ Si desea que nos hagamos cargo de realizarle cambios a su sitio cada vez que lo necesite debe considerar un plan de mantenimiento de contenido.

Estos son algunos de nuestros clientes que cuentan con un diseño animado:

www.machacalo.com

www.klident.com

www.gardenia.com.gt

FORMAS DE PAGO

Los pagos se realizan dónde y cómo más le convengan al cliente.

1. En nuestras oficinas ubicadas en: 2da. Calle 15-29 Zona 13, Guatemala.
2. Puede colocar su orden en nuestro sitio www.enmiGuate.com y luego pagar allí mismo con su tarjeta de crédito que puede ser VISA, MasterCard, AMEX, Etc.
3. Podemos pasar a recoger el pago a sus oficinas o residencia en la ciudad capital.
4. **Depósitos a las siguientes cuentas:** *(Si se decide por ésta opción, solo tiene que indicarnos el qué banco, el número de boleta y la cantidad depositada a ventas@enmiguate.com indicándonos también, el nombre del dominio que desea) (si el depósito es en efectivo su orden se procesa de inmediato, si no, es necesario esperar a que liberen su depósito)*

BANRURAL

Tipo de Cuenta: Monetarios
Número de Cuenta: 3-282-01512-7
Nombre Cuenta: Mercadeo Real y Virtual Unico



GyT CONTINENTAL

Tipo de Cuenta: Monetarios
Número de Cuenta: 001-0034888-8
Nombre Cuenta: Esaú Méndez Blanco



BAM

* Cuenta de ahorro
* Nombre de cuenta: ESAU MENDEZ BLANCO
* Número de cuenta: 401-390312-8



Muchas gracias por considerar nuestra opción de servicio. Los pagos deben efectuarse por anticipado. La versión actualizada de condiciones de servicio la encuentra en: www.enmiguate.com/condiciones.html

Atentamente:

Dany Méndez
dany@enmiguate.com
5633-2992

Cotización 3:

MERCADEO REAL Y VIRTUAL UNICO - www.enmiGuate.com – www.Guia.com.gt
2da Calle 15-29 Zona 13. Teléfonos: 2361-0900, 5633-2992



Guatemala 25 de Noviembre de 2013

Yohana Gamba

Estimada Yohana

Gracias por tomar en cuenta nuestra propuesta de servicios web enmiGuate.com. Le incluimos la opción solicitada con algunos detalles. Cualquier duda al respecto le suplicamos hacerla llegar y con gusto será atendida.

CONSTANCIA DE SERVICIOS WEB

Dominio (.com .net .org .info)

Q.168.00 Anuales

HOSTING BASICO:

Q.168.00 (anuales)

Plan de Hosting "BASICO-0" 200MB en disco y 2GB de transferencia mensual.

Qué incluye su plan de hosting: Todos los planes incluyen un panel de control en español que le permite administrar los recursos de Hosting, entre otras cosas usted podrá:

- ✓ 20 cuentas de correo electrónico (*usando el espacio de Hosting*).
- ✓ 10 Dominios aparcados
- ✓ 10 Subdominios
- ✓ 4 Cuentas FTP
- ✓ 6 Bases de Datos MySQL
- ✓ Utilizar un Servidor Linux, Servidor Web Apache, Bases de datos MySQL y soporte PHP.
- ✓ Ver estadísticas de visitas al sitio con el sistema awstats, con detalles como los siguientes:
 - *Visitas por mes con detalle diario*
 - *Visitas por día de la semana*
 - *Visitas por país de origen*
 - *Visitas según la hora de la visita*
 - *Visitas por las palabras que usaron en algún buscador para llegar a su sitio.*
 - *Sistema operativo y navegador que utilizan quienes más visitan su sitio web.*
- ✓ Crear y administrar bases de datos MySQL y usuarios específicos para cada base de datos para que no tengan que utilizar el usuario del panel de control y así hacer más seguro su sitio web. Además se cuenta con PHPmyAdmin para administrar la base de datos en ambiente web,

Proveedor de sitios web... el sitio para su sitio en internet: enmiGuate.com

exportar su base de datos para tener un backup local, explorar su base de datos y ejecutar consultas (SQL)

- ✓ Instalar y usar sistemas libres de licencia con el instalador Fantastico de una manera sencilla, entre las aplicaciones que puede instalar están:
 - Galerías de fotos (*Coppermine Photo, Gallery, 4Images*)
 - Foros de discusión (*SMF y phpBB*)
 - Relaciones públicas (sistemas de tickets): *Crafty Syntax Live Help, Help Center Live, osTicket, PerlDesk, PHP Support Tickets, Support Logic HelpDesk, Support Services Manager*
 - Tiendas en línea (*CubeCart, OS Commerce, ZenCart*)
 - Sistema de Preguntas Frecuentes (*FAQMasterFlex*)
 - Sistemas para Blogs que también puede usarse para manejar un sitio web (*b2evolution, Nucleus, Wordpress*)
 - Otros manejadores de contenido web (*Drupal, Geeklog, Joomla, Mambo, PHP-Nuke, phpWCMS, phpWebSite, Siteframe, TYPO3, Xoops, Zikula*)
 - Sistemas para encuestas en línea (*Advanced Poll, LimeSurvey, phpESP*)
 - Para administrar proyectos en línea (*dotProject, PHPProjekt*)
 - Otras herramientas especiales (*Moodle para educación en línea, Open-Realty para inmuebles, Dew-NewPHPLinks para un directorio, y otros*).
- ✓ Puede personalizar las páginas de error y ver registro de errores en más de dos formatos.
- ✓ Cuenta con un administrador de archivos que le permite ver y editar sus archivos, subir archivos desde su PC y desempacar archivos en .Zip.
- ✓ Crear directorios protegidos con contraseña.
- ✓ Parquear dominios adicionales en su plan de Hosting. Crear subdominios.
- ✓ El usuario y clave del panel de control funciona también con cualquier programa cliente de ftp que le permite subir archivos a su sitio, debe subir su sitio dentro de la carpeta "public_html" y la página principal se debe llamar "index.html" en minúsculas.
- ✓ Varias opciones más como el centro CGI donde encontrará herramientas para activar:
 - Contadores
 - Cuentas regresivas,
 - Relojes
 - Html al azar

HOSTING BASICO-1:

Q.224.00 Anuales

Nota:

Las siguientes características son las que cambian del paquete "Básico 0" las demás características también las incluye este paquete.

Plan de Hosting "BASICO-1" 400MB en disco y 4GB de transferencia mensual.

Qué incluye su plan de hosting: Todos los planes incluyen un panel de control en español que le permite administrar los recursos de Hosting, entre otras cosas usted podrá:

- ✓ 40 cuentas de correo electrónico *(usando el espacio de Hosting)*.
- ✓ 15 Dominios aparcados
- ✓ 15 Subdominios
- ✓ 8 Cuentas FTP
- ✓ 8 Bases de Datos MySQL
- ✓ Utilizar un Servidor Linux, Servidor Web Apache, Bases de datos MySQL y soporte PHP.

HOSTING BASICO-2:

Q.280.00 Anuales

Nota:

Las siguientes características son las que cambian del paquete "Básico 0" las demás características también las incluye este paquete.

Plan de Hosting "BASICO-2" 800MB en disco y 8GB de transferencia mensual.

Qué incluye su plan de hosting: Todos los planes incluyen un panel de control en español que le permite administrar los recursos de Hosting, entre otras cosas usted podrá:

- ✓ 80 cuentas de correo electrónico *(usando el espacio de Hosting)*.
- ✓ 20 Dominios aparcados
- ✓ 20 Subdominios
- ✓ 12 Cuentas FTP
- ✓ 12 Bases de Datos MySQL
- ✓ Utilizar un Servidor Linux, Servidor Web Apache, Bases de datos MySQL y soporte PHP.

HOSTING BASICO-3:

Q.392.00 Anuales

Nota:

Las siguientes características son las que cambian del paquete “Básico 0” las demás características también las incluye este paquete.

Plan de Hosting “BASICO-3” 1200MB en disco y 12GB de transferencia mensual.

Qué incluye su plan de hosting: Todos los planes incluyen un panel de control en español que le permite administrar los recursos de Hosting, entre otras cosas usted podrá:

- ✓ 120 Cuentas de correo (*usando el espacio de Hosting*).
- ✓ 25 Dominios aparcados
- ✓ 25 Subdominios
- ✓ 16 Cuentas FTP
- ✓ 15 Bases de Datos MySQL
- ✓ Utilizar un Servidor Linux, Servidor Web Apache, Bases de datos MySQL y soporte PHP.

HOSTING BASICO-4:

Q.504.00 Anuales

Nota:

Las siguientes características son las que cambian del paquete “Básico 0” las demás características también las incluye este paquete.

Plan de Hosting “BASICO-4” 1600MB en disco y 16GB de transferencia mensual.

Qué incluye su plan de hosting: Todos los planes incluyen un panel de control en español que le permite administrar los recursos de Hosting, entre otras cosas usted podrá:

- ✓ 200 Cuentas de correo (*usando el espacio de Hosting*).
- ✓ 30 Dominios aparcados
- ✓ 30 Subdominios
- ✓ 18 Cuentas FTP
- ✓ 18 Bases de Datos MySQL
- ✓ Utilizar un Servidor Linux, Servidor Web Apache, Bases de datos MySQL y soporte PHP.

FORMAS DE PAGO

Los pagos se realizan dónde y cómo más le convengan al cliente.

1. En nuestras oficinas ubicadas en: 2da. Calle 15-29 Zona 13, Guatemala.
2. Puede colocar su orden en nuestro sitio www.enmiGuate.com y luego pagar allí mismo con su tarjeta de crédito que puede ser VISA, MasterCard, AMEX, Etc.
3. Podemos pasar a recoger el pago a sus oficinas o residencia en la ciudad capital.
4. **Depósitos a las siguientes cuentas:** *(Si se decide por ésta opción, solo tiene que indicarnos el qué banco, el número de boleta y la cantidad depositada a ventas@enmiguate.com indicándonos también, el nombre del dominio que desea) (si el depósito es en efectivo su orden se procesa de inmediato, si no, es necesario esperar a que liberen su depósito)*

BANRURAL

Tipo de Cuenta: Monetarios
Número de Cuenta: 3-282-01512-7
Nombre Cuenta: Mercadeo Real y Virtual Unico



GyT CONTINENTAL

Tipo de Cuenta: Monetarios
Número de Cuenta: 001-0034888-8
Nombre Cuenta: Esaú Méndez Blanco



BAM

* Cuenta de ahorro
* Nombre de cuenta: ESAU MENDEZ BLANCO
* Número de cuenta: 401-390312-8



Muchas gracias por considerar nuestra opción de servicio. Los pagos deben efectuarse por anticipado. La versión actualizada de condiciones de servicio la encuentra en: www.enmiGuate.com/condiciones.html.

Dany Méndez
dany@enmiguate.com
5633-2992

C: Taller de desarrollo de objetivos:




**TALLER DE DESARROLLO DE OBJETIVOS
 PARA PROYECTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Tipo	Objetivo	¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para quién?
General		Diseñar	UN SITIO WEB	PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS EDUCATIVOS DEL COLE.	COLEGIO COMERCIAL DE INTENCIONAL SETEC
Específico		Investigar	Las creaciones tecnológicas de Internet y Software	PARA EL DISEÑO DE UN SITIO WEB	
Específico		Recopilar			
Específico		Diseñar, Fotografar (según el caso)			

- MARTA YOLANDA GAMBA MENDEZ
 - CALLE 99000973
 - SECCION D4

D: Taller de desarrollo de requerimientos:



FACOM
FUNDACIÓN COMARBI

**TALLER DE DESARROLLO REQUERIMIENTO DE
PARA PROYECTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Se presentan de forma concreta los requerimientos de comunicación y/o diseño. Puede ser por descubrimiento o por demanda, es decir lo que el cliente solicita.

Ejemplo:

No se cuenta con	La empresa tal no cuenta con un manual de identidad corporativa que le permita unificar su marca en el mercado centroamericano.
No existe	Fundación Comarbi no cuenta con diseño de material publicitario para presentar a futuros patrocinadores, para que a conocerla ayude a la fundación Comarbi de Guatemala, Guatemala 2014
No se tiene	
Se carece de	
No hay	
Hace falta	

- MARTA Yohana Gamba Méndez
 - 09000973

E: Encuestados:

Expertos



Licda. Lourdes Donis



Lic. Marlon Borrayo



Lic. José Monroy



Lic. Guillermo García



Lic. Alejandro Moreno

Grupo objetivo







