

SOLUCIONES

# Gestión de contenidos digitales



IFCD009PO



Informática y  
comunicaciones



60 horas de  
formación

editorial **cep**





**SOLUCIONES  
TEST**



# Soluciones Tema 1

## Planificación y gestión de contenidos digitales

1. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
2. c) El análisis del entorno
3. d) Factor económico
4. c) Factor tecnológico
5. c) Proveedores, clientes, productos sustitutos y competencia
6. b) Disminuye
7. b) Táctica
8. c) Keywords
9. d) Webmetría
10. b) Hipótesis



# Soluciones Tema 2

## Distribución de contenidos

1. b) Entretenimiento digital
2. b) DRM
3. c) Proteger la información y cumplir con los términos de pago
4. a) Actualidad
5. c) Permanentes
6. b) Publicidad nativa
7. b) E-mail
8. c) Formulario
9. b) Herramientas de distribución
10. c) Hashtags



# Soluciones Tema 3

## Aplicaciones y herramientas

1. d) Retocar y optimizar imágenes
2. c) Crear publicaciones digitales profesionales
3. c) Norma ISO 8879
4. b) Descriptivo
5. c) Plano
6. d) De inclusión
7. c) Cookies
8. c) CMS
9. a) Generated Content
10. d) Dreamweaver



# Soluciones Tema 4

## Organización de contenidos digitales

1. b) Crear vídeos con plantillas
2. b) No es fiable
3. d) La capacidad de un sitio para ser aprendido por todos los usuarios
4. d) Mapas conceptuales
5. d) Ninguna de las respuestas anteriores es correcta
6. b) Compleja
7. d) Catalogar
8. a) Keywords
9. c) Push
10. d) Los contenidos audiovisuales

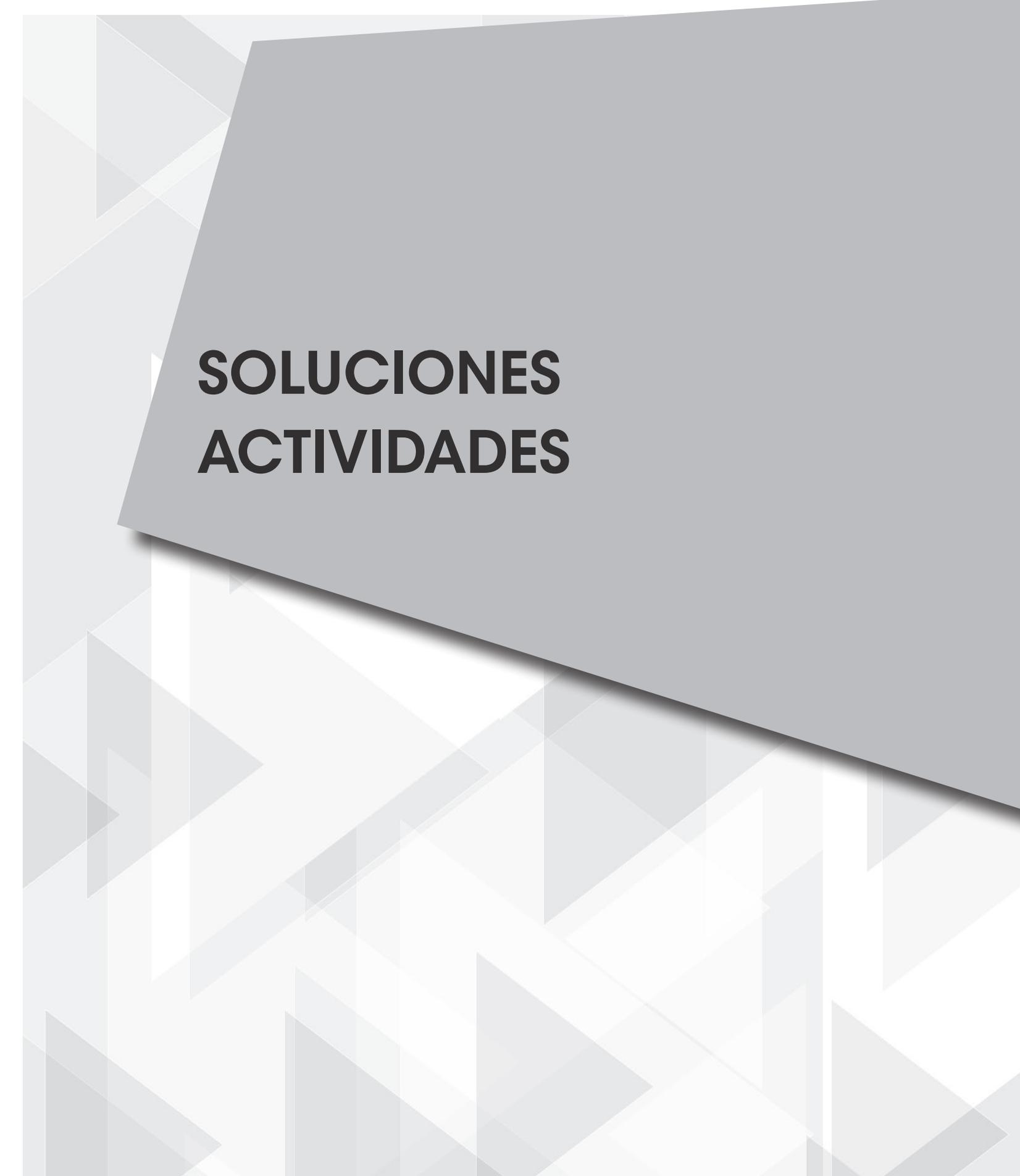


# Soluciones Tema 5

## Usabilidad y accesibilidad a los contenidos

1. b) Usabilidad
2. c) 5
3. c) 4
4. a) Accesibilidad
5. b) De edad avanzada e incapacitada temporalmente
6. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
7. a) Examinar los problemas de accesibilidad, solucionarlos y realizar pruebas de usabilidad
8. c) Filtrado
9. d) Visuales, auditivas, físicas y cognitivas
10. b) Formatos





**SOLUCIONES  
ACTIVIDADES**



# Soluciones Tema 1

## Planificación y gestión de contenidos digitales

1.

- a) Enlaces
- b) Autoenlaces

2.

- a) Número de dominios
- c) Distribución de contenidos

3.

Tráfico web	Recoge datos referentes a número de visitas de nuestros usuarios, tiempo de permanencia, clics que realizan, etc.
Visitas y sesiones a la página	Una sesión en la web se refiere a todo lo que hace el usuario en nuestra página (visitar las diferentes páginas del sitio, clics en enlaces, clics en imágenes, etc.). Sin embargo, las visitas a la página miden dentro de una misma página el número de visitas que recibe en un período de tiempo. Por ejemplo, si un usuario visita la página 4 veces, contaría como 4 visitas.

Alcance e impresiones	Para generar tráfico en nuestra web es necesario que la página reciba visitas. Las impresiones se producen cuando el usuario encuentra nuestro sitio navegando por internet, mediante motores de búsqueda o en anuncios si estamos llevando a cabo campañas de publicidad.
Posición media	Cuando un usuario busca un determinado contenido en los motores de búsqueda, lo ideal es salir entre las primeras posiciones, porque eso significará que nuestra página será más visita. La posición media proporciona datos relativos al lugar en el que aparece nuestra página en un tiempo determinado.

4.

a) Clics

c) Impresiones

5.

CTR	<p>CTR son los Click Through Rate, porcentaje de clics que recibe un determinado enlace en función de las veces que se ha mostrado.</p> <p>Cuando las páginas de nuestro sitio presenten impresiones podemos calcular el CTR, que será la relación entre los clics y las impresiones.</p> <p>Si nuestra página presenta muchas impresiones y muy pocos clics, es un claro indicador de que algo no funciona adecuadamente.</p>
-----	--

<p>Porcentaje de rebote</p>	<p>Se entiende por porcentaje de rebote la sesión que realiza un usuario en nuestro sitio, pero que abandona sin haber interactuado con el mismo.</p> <p>Esto nos arroja datos sobre si nuestra página resulta a simple vista atractiva o no a los usuarios. Si nuestro porcentaje de rebote es elevado, nuestros usuarios abandonan la página nada más llegar a ella.</p>
<p>Conversiones</p>	<p>Las conversiones se definen como las acciones que realizan los usuarios directamente relacionadas con nuestro objetivo en la campaña.</p>
<p>Engagement</p>	<p>Esta métrica mide la relación de una empresa con su público, aplicada principalmente en redes sociales como Twitter.</p>



# Soluciones Tema 2

## Distribución de contenidos

1.

Medios propios	Lo que se comenta en tus canales
Medios pagados	Lo que hace que digan en canales afines a tu público
Medios ganados	Lo que dicen de tu marca en canales on-line

2.

- a) Con anuncios en Facebook
- d) Con influencers

3.

- a) Traspaso de posesión y propiedad
- b) Licencia de uso del contenido

4.

Autónomo	Persona física que cuenta o no con trabajadores a su cargo y que realiza su actividad profesional lucrativa por cuenta propia, al margen de la dirección y organización de terceros.
----------	--

Sociedad Civil	Se trata de un contrato entre dos personas, como mínimo, que acuerdan poner en común un determinado capital para después repartir las ganancias que surjan de la actividad que se desarrolla.
Sociedad Limitada	El capital se divide en títulos (participaciones) que representan la aportación del capital de cada uno de los socios. En este caso, los socios responden a las deudas sociales con el límite del capital social aportado por ellos. El capital mínimo para comenzar es 3.000 euros.
Cooperativa	Se trata de una sociedad que se constituye por personas que se asocian en régimen de libre adhesión y baja voluntaria para llevar a cabo actividades empresariales encaminadas a satisfacer sus necesidades económicas y sociales.

**5.**

- a) Las obligaciones y responsabilidades de los prestadores del servicio
- c) Las comunicaciones comerciales, la contratación por vía electrónica y el régimen sancionador

# Soluciones Tema 3

## Aplicaciones y herramientas

1.
  - a) Disponer de una cantidad de temas
  - b) Rápida instalación
  
2.
  - b) Disponer de soporte técnico especializado
  - c) Se utiliza a nivel profesional

3.

Booleano	Conjunto de elementos que se forma de la consulta y otro con los documentos y, en función de estos, se mide la correspondencia.
Vectorial	La consulta y los términos se representan mediante dos vectores y se mide la relación de ambos.
Probabilístico	Calcula la probabilidad de que un documento responda ante una consulta. Se basa en la retroalimentación básicamente.

4.
  - a) Encriptación de datos
  - c) Control de red

5.

Medidas básicas	Protegen el ordenador de ataques externos e internos.
Medidas avanzadas	Estudian y monitorizan al usuario y su trabajo.
Soluciones diseñadas para DLP	Detectan la copia y el envío de datos de forma intencionada.

# Soluciones Tema 4

## Organización de contenidos digitales

1.

Profesionales	Son personas que trabajan en portales y directorios como por ejemplo Google y que aportan a través de su evaluación valor a los recursos electrónicos que proporcionan.
Expertos	Mediante páginas personales o corporativas aportan recursos evaluados referentes a su especialidad
Organismos o instituciones como sociedades científicas	Estos se encargan de especificar una serie de criterios que tienen que ser respetados por el diseñador del sitio web con objetivos informativos, educativos o institucionales.
Bibliotecarios y documentalistas	Nos aportan conocimientos profesionales a la hora de seleccionar y valorar recursos especializados.
Agencias de evaluación	Están formadas por equipos especialistas (académicos, bibliotecarios, universitarios y otros profesionales) que utilizan criterios de selección y control de calidad de recursos estrictos.

2.

- a) Micronavegación
- d) Macronavegación

3.

TIPO DE ONTOLOGÍA	REPRESENTACIÓN
Ontología de un dominio	Representa el conocimiento especializado de un dominio o subdominio.
Ontología genérica	Representa conceptos generales del conocimiento.
Ontología representacional	Especifica las conceptualizaciones que subyacen a los formalismos de representación del conocimiento.
Ontología creada para una actividad o tarea	Son las que se crean para una aplicación específica.

4.

b) Enlaces

c) Dominios

5.

Metadatos	Son básicos y se completan en la fase de catalogación e identificación describiendo el objeto digital.
Copias de seguridad	Duplica el objeto digital.
Actualización	Copia la información de un soporte de almacenamiento a otro.
Migración	Convierte datos desde una tecnología a otra conservando las características de los mismos.

# Soluciones Tema 5

## Usabilidad y accesibilidad a los contenidos

1.

Aprendizaje	Facilidad que tiene el usuario a la hora de realizar tareas por primera vez en la página web.
Eficiencia	Cuando un usuario ha entendido el diseño, puede comenzar a desarrollar las tareas.
Memoria	Facilidad de un usuario para volver al sitio (pasado un tiempo) y volver a trabajar en él, de forma eficiente.
Errores	Nos ofrece la oportunidad de saber el número de errores que comete un usuario.
Satisfacción	Es la calidad de la experiencia de un usuario en el sitio web.

2.

- a) Disponer de leyendas escritas para los archivos que contengan sonido
- b) Manejar todo el sitio mediante el teclado del ordenador

3.

Revisión de los estándares	Proceso en el que el usuario valora si un producto cumple con un diseño de interfaz concreto.
----------------------------	---

Herramientas de evaluación	<p>Existen software que nos ayudan a evaluar el sitio web, pero sigue siendo necesaria la colaboración del usuario.</p> <p>La mayoría de estas herramientas sirven para evaluar si las páginas satisfacen las Pautas de accesibilidad al contenido de la web. Normalmente, suelen ser de pago aunque hay algunos que las puedes encontrar gratuitas.</p>
Evaluación heurística	Se trata de evaluar si los elementos de diseño cumplen con los principios de accesibilidad.
Simulaciones de diseño	Nos ayudan a detectar fallos de usabilidad, centrándonos en problemas de accesibilidad concretos. Se recomienda utilizar personas con discapacidad o simular personajes con discapacidad en escenarios donde se deba completar una determinada tarea.
Técnicas de filtrado	Nos ayudan a identificar barreas de accesibilidad en nuestro producto, ahorrando tiempo y dinero si son localizadas al inicio del proceso donde realizar cambios en el mismo resulta más económico.
Pruebas de usabilidad	Dichas pruebas nos aportan datos cuantitativos y cualitativos sobre los usuarios que llevan a cabo tareas reales con el producto, pero no evalúan la conformidad con los estándares de accesibilidad.

4.

- a) El sitio
- b) La orientación del usuario

5.

- b) Frecuencia del producto
- d) Factores demográficos