

Programación semanal

Para conocer la fecha de entrega de las distintas actividades accede a la sección **Actividades** (en el menú lateral). Recuerda que la suma de las puntuaciones de todas las actividades es de 15 puntos. Puedes hacer las que prefieras hasta conseguir un máximo de 10 puntos (que es la calificación máxima que se puede obtener en la evaluación continua).

	Contenido teórico	Actividades (13.0 puntos)	Eventos (2.0 puntos)
Semana 1	Tema 1. Introducción y conceptos básicos 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. El cambio de paradigma: el usuario en el centro de todo 1.3. Vocabulario y conceptos básicos en los que se asienta la investigación centrada en el usuario: guía completa		Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a lo largo de la asignatura (0,2 puntos cada una) Test - Tema 01 (0.05 puntos)
Semana 2	Tema 2. Las técnicas tradicionales de investigación y su redefinición en el mundo digital 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Investigación de mercado Vs. Investigación de usuarios 2.3. Investigación cualitativa Vs. Investigación cuantitativa		
Semana 3	Tema 2. Las técnicas tradicionales de investigación y su redefinición en el mundo digital (continuación) 2.4. Reinterpretación y renovación 2.5. Caso práctico: La ley de Fitts	Lectura: Artículo sobre User Experience Research (2.6 puntos)	Test - Tema 02 (0.05 puntos)
Semana 4	Tema 3. La investigación como parte del ciclo de diseño centrado en el usuario 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Investigación y flujo del proceso de diseño centrado en el usuario 3.3. Cuestión de rentabilidad: el ROI de la investigación 3.4. Cómo documentar las pruebas con usuarios durante el proceso de diseño 3.5. Investigación y tratamiento de datos en la sociedad de la información		Test - Tema 03 (0.05 puntos)
Semana 5	Tema 4. El test de usuarios 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Qué es el test de usuarios 4.3. El test de usuarios en la práctica: así se hace 4.4. La evaluación de los resultados del test de usuarios	Caso práctico: Diseño de un test de usuario (2.6 puntos)	Test - Tema 04 (0.05 puntos)

	Contenido teórico	Actividades (13.0 puntos)	Eventos (2.0 puntos)
Semana 6	<p>Tema 5. Card sorting</p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2. ¿Qué es <i>card sorting</i>?</p> <p>5.3. <i>Card sorting</i> en la práctica: así se hace</p> <p>5.4. Análisis de los resultados</p> <p>5.5. Factores económicos</p> <p>5.6. Técnica alternativa al <i>card sorting</i>: <i>affinity diagramming</i></p> <p>5.7. Otras técnicas proyectivas y diferencias con respecto a <i>card sorting</i></p>	Caso práctico: Card sorting (2.6 puntos)	Test - Tema 05 (0.05 puntos)
Semana 7	<p>Tema 6. Etnografía y técnicas participativas</p> <p>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2. Qué es la etnografía</p> <p>6.3. <i>Contextual inquiry</i> (indagación en el contexto).</p> <p>6.4. Observación contextual</p> <p>6.5. <i>Diary studies</i></p> <p>6.6. Experiencias de inmersión</p> <p>6.7. Técnicas de investigación/diseño participativo</p> <p>6.8. La actitud del investigador en las técnicas etnográficas: riesgos y oportunidades</p> <p>6.9. Netnografía</p>		Test - Tema 06 (0.05 puntos)
Semana 8	<p>Tema 7. Eye tracking y Heat Map</p> <p>7.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>7.2. Confusión entre los conceptos <i>eye tracking</i> y <i>heat map</i></p> <p>7.3. <i>Eye tracking</i></p> <p>7.4. <i>Web analytics heat maps</i> (mapas de calor de seguimiento de la interacción)</p>		Test - Tema 07 (0.05 puntos)
Semana 9	<p>Tema 8. Entrevistas</p> <p>8.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>8.2. ¿Qué es la entrevista?</p> <p>8.3. Tipos de entrevista</p> <p>8.4. Cómo se realiza en la práctica la entrevista</p>		Test - Tema 08 (0.05 puntos)
Semana 10	<p>Tema 9. Otras técnicas</p> <p>9.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>9.2. Técnicas <i>split test</i></p> <p>9.3. <i>A/B testing</i></p> <p>9.4. El test multivariable</p> <p>9.5. La encuesta en la investigación centrada en el usuario: la encuesta <i>online</i></p> <p>9.6. <i>Focus group</i></p> <p>9.7. Técnicas proyectivas</p>	Trabajo: Aplicar una técnica cualitativa de tu elección, en fase generativa (2.6 puntos)	Test - Tema 09 (0.05 puntos)
Semana 11	<p>Tema 10. Neuromarketing: la última frontera</p> <p>10.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>10.2. Qué es <i>neuromarketing</i></p> <p>10.3. Metodología y aplicaciones del <i>neuromarketing</i></p> <p>10.4. Las principales técnicas del <i>neuromarketing</i></p> <p>10.5. Ventajas e inconvenientes del <i>neuromarketing</i></p> <p>10.6. El dilema ético</p>		Foro: Implicaciones éticas del <i>neuromarketing</i> : ¿deben ponerse límites? ¿cuáles? (0.95 puntos) Test - Tema 10 (0.05 puntos)

	Contenido teórico	Actividades (13.0 puntos)	Eventos (2.0 puntos)
Semana 12	Tema 11. Modelización de usuarios y creación de prototipos en el proceso de diseño 11.1. ¿Cómo estudiar este tema? 11.2. Trabajando con arquetipos: <i>persona-ae</i> 11.3. El prototipo: la herramienta definitiva	Caso práctico: Buyer persona (2.6 puntos)	Test - Tema 11 (0.05 puntos)
Semana 13	Tema 12. Analítica web e investigación de la conducta del usuario 12.1. ¿Cómo estudiar este tema? 12.2. Analítica web aplicada a la investigación de la conducta del usuario: qué es 12.3. Las métricas de la analítica web 12.4. Métricas de eventos: la conversión 12.5. Métricas de rendimiento técnico 12.6. Cómo se captura y se procesa la información: las cookies 12.7. KPI en la investigación centrada en el usuario		Test - Tema 12 (0.05 puntos)
Semana 14	Tema 13. Analítica web e investigación de la conducta del usuario II. Herramientas 13.1. ¿Cómo estudiar este tema? 13.2. El cuadro de mando 13.3. Ejemplo práctico: proceso de diseño de un cuadro de mando 13.4. Herramientas para la recogida de datos en analítica web		Test - Tema 13 (0.05 puntos)
Semana 15	Semana de repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		