

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	SESIONES	IDEAS CLAVE	¿QUÉ VAS A APRENDER A HACER?	¿QUÉ PROBLEMAS VAMOS A RESOLVER EN CLASE?	ACTIVIDADES EVALUABLES	PLAN DE DESARROLLO PERSONAL	CONSTRUYE TU PORTFOLIO
Semana 1	<p>Presentación de asignatura: 45 minutos</p> <p>TEMA 1: 45 minutos</p>	<p>Tema 1 Introducción al Diseño Centrado en el Usuario</p> <p>1.1. Introducción y objetivos 1.2. Introducción al Diseño Centrado en el Usuario 1.3. Definiciones 1.4. ¿Qué es la usabilidad? 1.5. Propósitos 1.6. El Proceso de Diseño Centrado en el Usuario 1.7. Antecedentes 1.8. La experiencia de usuario en Internet 1.9. ¿Cuándo se aplica el Diseño Centrado en el Usuario? 1.10. ¿Dónde se aplica el Diseño Centrado en el Usuario? 1.11. Referencias bibliográficas</p>	<p>▶ Aplicar conceptos básicos como DCU, UX, usabilidad y otros.</p>	<p>▶ ¿Cómo aplicar el DCU en la creación de un producto digital?</p>	<p>Test Tema 1 (0,1 punto)</p>	<p>Desarrolla la competencia de colaboración</p> <ul style="list-style-type: none"> Huella UNIR. <p>Fecha entrega: fin de la asignatura. (2,6 puntos)</p>	
Semana 2	<p>TEMA 2: 35 minutos</p>	<p>Tema 2 La importancia del factor humano</p> <p>2.1. Introducción y objetivos 2.2. Percepción visual 2.3. Principios fundamentales del diseño visual 2.4. Cognición</p>	<p>▶ Escoger el modelo de diseño visual más adecuado.</p>	<p>▶ ¿Qué modelo de diseño visual es el adecuado para un caso real?</p>	<p>Test Tema 2 (0,1 punto)</p>		

SESIONES	IDEAS CLAVE	¿QUÉ VAS A APRENDER A HACER?	¿QUÉ PROBLEMAS VAMOS A RESOLVER EN CLASE?	ACTIVIDADES EVALUABLES	PLAN DE DESARROLLO PERSONAL	CONSTRUYE TU PORTFOLIO
Presentación de la actividad 1: 10 minutos		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Realizar una investigación del usuario, definir un user persona, plasmar el escenario contextual e indicar requerimientos de diseño de un proyecto digital. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cuáles son los requerimientos que afectan al diseño como consecuencia del análisis del escenario de un proyecto digital? 	Actividad 1: Investigación , user persona, escenario y requerimientos		Experiencia en técnicas de UX
Semana 3 TEMA 3: 45 minutos	Tema 3 Diseño Centrado en el Usuario 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Personas (usuarios) 3.3. Escenarios (Contextos) 3.4. Casos de uso (Tareas) 3.5. Diseño Centrado en el Usuario 3.6. El Proceso 3.7. Necesidades del Usuario 3.8. Principios básicos del Diseño Centrado en el Usuario 3.9. Referencias bibliográficas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Crear el User Persona y el Escenario de un producto digital. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cómo plasmar User Persona y Escenario en Requisitos y Casos de Uso que resulten útiles para el equipo de diseño? 	Test Tema 3 (0,1 punto)		
Semana 4 TEMA 4: 45 minutos	Tema 4 Principios fundamentales de UX 4.1. Introducción y objetivos 4.2. Los componentes de la experiencia de usuario 4.3. Affordances & Signifiers 4.4. Heurísticas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Planificar proyectos mediante el método de las Capas de Garrett. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cómo utilizar técnicas de gestión de la experiencia del cliente para mejorar un proyecto digital? 	Entrega Actividad 1: 6 de diciembre (3 puntos)		

	SESIONES	IDEAS CLAVE	¿QUÉ VAS A APRENDER A HACER?	¿QUÉ PROBLEMAS VAMOS A RESOLVER EN CLASE?	ACTIVIDADES EVALUABLES	PLAN DE DESARROLLO PERSONAL	CONSTRUYE TU PORTFOLIO
Semana 5	TEMA 4: 45 minutos	Tema 4 Principios fundamentales de UX (continuación) 4.5. Arquitectura de información 4.6. Sesgos cognitivos 4.7. Metodología Agile 4.8. UX en procesos ágiles 4.9. Referencias bibliográficas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gestionar proyectos a través de herramientas de software concretas como User Zoom 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cómo utilizar las metodologías Agile y Scrum para gestionar un proyecto complejo con cambios constantes, rápidos y con requisitos poco definidos? 	Test Tema 4 (0,1 punto)		Experiencia en herramientas UX como User Zoom Go
Semana 6	TEMA 5: 35 minutos	Tema 5 Metodología de Indagación 5.1. Introducción y objetivos 5.2. Aplicaciones prácticas del Diseño Centrado en el Usuario 5.3. Los métodos del diseño centrado en el usuario 5.4. Metodología de indagación: investigación y requisitos de usuario 5.5. Referencias bibliográficas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Utilizar diferentes técnicas de investigación en UX para cumplir los objetivos de un proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Conviene hacer investigación cuantitativa o investigación cualitativa según las características de un proyecto concreto? 	Test Tema 5 (0,1 punto)		
	Presentación de la actividad 2: 10 minutos		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Planificar un proyecto completo de diseño de un producto digital. ▶ Elaborar un Customer Journey Map del usuario del producto digital. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Como Digital Product Manager de la empresa que elegiste en la actividad 1, ¿Cómo planificarías el proyecto completo de diseño de un producto digital bajo la filosofía DCU? 	Actividad 2: Planificación de un proyecto de Diseño Centrado en el Usuario y elaboración del Customer Journey Map		Planificación de un proyecto real de diseño de un producto digital

SESIONES	IDEAS CLAVE	¿QUÉ VAS A APRENDER A HACER?	¿QUÉ PROBLEMAS VAMOS A RESOLVER EN CLASE?	ACTIVIDADES EVALUABLES	PLAN DE DESARROLLO PERSONAL	CONSTRUYE TU PORTFOLIO
		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Detectar errores y optimizar los requerimientos de diseño de un producto digital. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cuáles son los requerimientos que afectan al diseño como consecuencia del análisis del escenario de un proyecto digital? 			
Semana 7	<p>TEMA 6: 45 minutos</p> <p>Tema 6 De la Indagación al Diseño 6.1. Introducción y objetivos 6.2. De la indagación al diseño: perfil de usuario, personas, escenarios 6.3. Maquetar: Card Sorting 6.4. Prototipado 6.5. Customer Journey 6.6. Referencias bibliográficas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Hacer Card Sorting para diseñar la arquitectura de contenidos de una web. ▶ Prototipar con una herramienta de Software y plasmar en un wireframe. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cómo diseñar el prototipo de un proyecto con herramientas como Figma? 	Test Tema 6 (0,1 punto)		Experiencia en herramientas para el diseño de prototipos como Figma .
Semana 8	<p>TEMA 7: 45 minutos</p> <p>Tema 7 Métodos de Evaluación 7.1. Introducción y objetivos 7.2. Test con usuarios</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Conocer los principales métodos de testeo de prototipos. ▶ Utilizar herramientas como Hotjar para hacer test con mapas de calor 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cuándo y cómo hacer el test con mapas de calor para un proyecto concreto? 	Entrega Actividad 2: 17 de enero (3 puntos)		Realización de test de mapas de calor para proyectos digitales con herramientas como Hotjar .
Semana 9	<p>TEMA 7: 45 minutos</p> <p>Tema 7 Métodos de Evaluación (continuación) 7.3. Más clasificaciones y agrupaciones de métodos 7.4. Analítica Web, CRO y UX 7.5. Referencias bibliográficas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Aplicar las técnicas de Conversion Rate Optimization (CRO) a un Ecommerce. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cómo calcular el ROI de la optimización del funnel de un Ecommerce? 	Test Tema 7 (0,1 punto)		

SESIONES	IDEAS CLAVE	¿QUÉ VAS A APRENDER A HACER?	¿QUÉ PROBLEMAS VAMOS A RESOLVER EN CLASE?	ACTIVIDADES EVALUABLES	PLAN DE DESARROLLO PERSONAL	CONSTRUYE TU PORTFOLIO
Recomendación de examen: 45 minutos		Resolver problemas relacionados con proyectos de diseño y desarrollo web de productos digitales, desde el punto de vista de un UX designer y bajo la filosofía de Diseño Centrado en el Usuario.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cómo diseñar el user persona, el escenario contextual y los requerimientos de diseño de un proyecto digital? ▶ ¿Cómo planificar un proyecto de DCU y elaborar el Customer Journey Map? ▶ ¿Cómo personalizar web optimizando UX? 	Examen final: en la semana 16 (60% de la evaluación)		
Semana 10 TEMA 8: 45 minutos	Tema 8 Evaluación Heurística 8.1. Introducción y objetivos 8.2. Evaluación Heurística 8.3. Tipos de evaluación heurística 8.4. Principios heurísticos de Nielsen 8.5. ¿Cómo elaborar una hipótesis? 8.6. ¿Dónde realizamos una evaluación heurística? 8.7. Perfil de los participantes 8.8. ¿Cómo realizar una evaluación heurística? 8.9. El informe 8.10. Referencias bibliográficas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Aplicar los principios heurísticos a un producto digital. ▶ Realizar evaluaciones heurísticas con herramientas como UX Check Chrome 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cómo realizar al evaluación heurística de un proyecto digital? 	Test Tema 8 (0,1 punto)		Experiencia en la realización de evaluaciones heurísticas con herramientas como UX Check Chrome
Resolución de la actividad 2: 45 minutos		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Detectar errores y optimizar el Customer Journey Map del usuario de un producto digital. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Como Digital Product Manager de la empresa que elegiste en la actividad 1, ¿Cómo planificarías el proyecto completo de diseño de un producto digital bajo la filosofía DCU? 			

SESIONES	IDEAS CLAVE	¿QUÉ VAS A APRENDER A HACER?	¿QUÉ PROBLEMAS VAMOS A RESOLVER EN CLASE?	ACTIVIDADES EVALUABLES	PLAN DE DESARROLLO PERSONAL	CONSTRUYE TU PORTFOLIO
Semana 11	Presentación de la actividad grupal: 90 minutos	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Personalizar una página web optimizando UX. ▶ Proponer mejoras de UX, instalar plugins en Wordpress para optimizar la web. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cómo personalizar y mejorar una web en WordPress para una empresa que tiene un presupuesto para marketing digital de 100.000 € para el próximo año? 	Actividad grupal del proyecto de marketing digital: Creación de web en Wordpress e implementación de mejoras en UX		Diseño de una web en WordPress e implementación de mejoras en UX para la empresa Top Talent Executive Search
Semana 12	TEMA 9: 45 minutos	Tema 9 Branding y UX Web 9.1. Introducción y objetivos 9.2. Experiencias de marca significativa ¿cómo crearlas? 9.3. Branding y UX: asuntos cualitativos en un mundo cuantitativo 9.4. UX: La nueva frontera del Branding 9.5. La experiencia de usuario es la experiencia de marca 9.6. Marketing experiencial: ejemplos de experiencias de marca brillantes 9.7. La evolución de la experiencia de Cliente 9.8. Referencias bibliográficas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Diseñar experiencias de marca en todo el customer journey. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cómo crear una experiencia de marca significativa para un proyecto digital? 	Test Tema 9 (0,1 punto)	
Semana 13	Resolución de la actividad grupal: 90 minutos	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Optimizar, detectar errores y mejorar una propuesta de web en Wordpress y de optimización UX 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cómo personalizar y mejorar una web en WordPress para una empresa que tiene un presupuesto para marketing digital de 100.000 € para el próximo año? 	Entrega de Actividad Grupal: 21 de febrero (5,4 puntos)		

SESIONES	IDEAS CLAVE	¿QUÉ VAS A APRENDER A HACER?	¿QUÉ PROBLEMAS VAMOS A RESOLVER EN CLASE?	ACTIVIDADES EVALUABLES	PLAN DE DESARROLLO PERSONAL	CONSTRUYE TU PORTFOLIO
Semana 14	TEMA 10: 45 minutos	Tema 10 Heurística para Dispositivos Móviles y Omnicanalidad 10.1. Introducción y objetivos 10.2. Evaluación Heurística de aplicaciones móviles 10.3. Principios de usabilidad para dispositivos móviles 10.4. De la multicanalidad a la omnicanalidad para ser el Rey de la Experiencia de Usuario 10.5. Referencias bibliográficas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Aplicar los principios de Nielsen al diseño de App móviles 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cómo aplicar la filosofía DCU al diseño de una app móvil? 	Test Tema 10 (0,1 punto)	
Semana 15	REPASO: 45 minutos					
Semana 16	Semana de exámenes					

NOTA

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.