



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUÍA DOCENTE DE EXPERIENCIA DE USUARIO 2024-25

DATOS GENERALES

Nombre:	EXPERIENCIA DE USUARIO
Código:	801930 MKCD
Curso:	2024-25
Titulación:	Grado en Marketing y Comunicación Digital
Nº de créditos (ECTS):	6
Ubicación en el plan de estudios:	3er Curso, 2º Cuatrimestre
Departamento:	Comunicación, publicidad y relaciones públicas
Responsable departamento:	Anna Llacher
Fecha de la última revisión:	Julio 2024
Profesor responsable:	Víctor Daniel García Mena

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

La experiencia de usuario (UX) se ha convertido en una parte esencial del desarrollo de proyectos digitales. En el actual ecosistema mediático, donde los usuarios tienen un gran catálogo de opciones y capacidad de decisión, el uso y aplicación correcta de la experiencia de usuario se convierte en un elemento clave para determinar el éxito o fracaso de un producto o proyecto. Desarrolladores y profesionales del marketing y de la comunicación deben tener en cuenta las necesidades y comportamientos de los usuarios en el momento de la toma de decisiones sobre sus productos. Este hecho supone una significativa evolución del tradicional modelo de desarrollo de proyectos, los cuales se basaban y focalizaban principalmente en las necesidades de los clientes.

Partiendo de estas premisas, el objetivo de la asignatura es transmitir los conocimientos teóricos y prácticos que necesita un profesional del marketing y comunicación, para aplicar metodologías de Experiencia de Usuario en la gestión y desarrollo de proyectos digitales, abordándolas a través de metodologías de diseño centrado en el usuario.

2. OBJETIVOS

Al finalizar el curso, los estudiantes serán capaces de:

- Conocer qué es la UX, sus principios, características y disciplinas de aplicación.
- Comprender y aplicar las diferentes fases de los procesos de trabajo UX.
- Conocer los distintos roles y perfiles profesionales que intervienen en la creación y desarrollo de un diseño de interacción.
- Identificar y establecer las necesidades de los usuarios y los requisitos de un proyecto utilizando técnicas específicas para ello.
- Conocer las fases del proceso de creación de una interfaz, desde la concepción inicial hasta el desarrollo de un prototipo final.
- Conocer y utilizar herramientas de prototipado de interfaces en la creación de un diseño de interacción.
- Conocer los diseños multiplataforma y *responsive web design*.
- Planificar y aplicar distintas técnicas de evaluación de interfaces desde el punto de vista de la usabilidad y la UX.
- Definir métricas y KPI's específicos de UX.
- Aprender los modos óptimos de visualización de evaluaciones.

3. CONTENIDOS

TEMA 1: EXPERIENCIA DE USUARIO. FUNDAMENTOS, PERFILES PROFESIONALES Y CONCEPTOS BÁSICOS

Resultados de aprendizaje

El estudiante después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Conocer y definir el concepto de experiencia de usuario (UX).
- Diferenciar el concepto de experiencia de usuario de otros términos. Diseño centrado en el usuario, *human-computer interaction*, usabilidad...
- Conocer los distintos roles y equipos que intervienen en la conceptualización y desarrollo de un diseño de UX.
- Identificar las fases y metodologías aplicadas en la conceptualización y desarrollo de diseños de UX.
- Conocer las principales herramientas para la conceptualización, diseño y evaluación de diseños de UX.

Contenido

- 1.1. Definición, evolución y conceptos básicos.
- 1.2. Perfiles y equipos profesionales.
- 1.3. Procesos para el diseño de UX.
- 1.4. Herramientas para el diseño de UX.

TEMA 2: DEFINICIÓN DEL USUARIO Y PROCESOS DE INVESTIGACIÓN EN UX: CLIENTES Y USUARIOS

Resultados de aprendizaje

El estudiante después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Comprender las diferencias que existen entre los conceptos cliente y usuario.
- Identificar a los perfiles de usuario potenciales de un proyecto de UX a través de la aplicación de diferentes metodologías y técnicas. Estas incluyen la consolidación del conocimiento interno, del sector de nuestro producto y procesos de *data-mining*.
- Planificar y moderar *workshops* con clientes y usuarios, aplicando metodologías ágiles.

Contenido

- 2.1. Clientes y usuarios.
- 2.2. Metodologías y herramientas para la definición y conocimiento del usuario.

TEMA 3: INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE UX

Resultados de aprendizaje

El estudiante después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Recopilar datos de valor y posteriormente analizarlos.
- Comprender la utilidad e importancia de las auditorías de contenido.
- Definir el objetivo principal y los objetivos específicos de una investigación.
- Realizar un análisis de la competencia.
- Conocer y aplicar metodologías de investigación cualitativas y cuantitativas para la identificación de requerimientos de un diseño de UX.

Contenido

- 3.1. Importancia de investigación en UX.
- 3.2. Metodologías de UX.
- 3.3. Técnicas de UX.

TEMA 4: DEFINICIÓN ESTRATÉGICA DE UX

Resultados de aprendizaje

El estudiante después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Definir el marco de trabajo que se llevará a cabo.
- Alinear las decisiones estratégicas de los clientes con los objetivos de negocio.
- Reunir la información disponible para ayudar al cliente.
- Identificar indicadores de medición de éxito o fracaso.

- Aprender a ir más allá de los objetivos de negocio identificando la visión, los objetivos y el plan de la propuesta.
- Identificar y establecer la propuesta única de valor (UVP).

Content

- 4.1. Estrategia de UX.
- 4.2. Visión, objetivos y plan.
- 4.3. Propuesta de valor.

TEMA 5: DISEÑO DE UX. PROTOTIPADO Y DISEÑO DE INTERACCIÓN

Resultados de aprendizaje

El estudiante después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Definir una arquitectura de información adecuada para un proyecto web o *app*.
- Conocer la importancia del prototipado.
- Conocer las principales técnicas y herramientas de prototipado actuales.
- Aplicar herramientas de prototipado a un proyecto web o *app*.
- Crear prototipos *responsive web design* adaptados a diferentes dispositivos.

Contenido

- 5.1. Arquitectura de la información.
- 5.2. Prototipado.
- 5.3. Diseño visual.
- 5.4. Diseño de interacción.
- 5.5. Diseño responsive.

TEMA 6: EVALUACIÓN DE LA USABILIDAD

Resultados de aprendizaje

El estudiante después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Conocer las técnicas de evaluación de la usabilidad.
- Analizar la naturaleza de los datos a representar y el contexto de uso.
- Interpretar los resultados de la evaluación.
- Presentar los resultados de la evaluación al cliente.
- Optimizar el diseño y definir acciones de mejora.

Contenido

- 6.1. Técnicas de evaluación.
- 6.2. Métricas de evaluación.
- 6.3. Diseño y desarrollo de una dinámica de evaluación.
- 6.4. Presentación de resultados de evaluación.

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Grupo presencial:

Las sesiones se basarán en clases expositivas, acompañadas de ejemplos y casos prácticos. Los alumnos aprenderán a aplicar el conocimiento adquirido y trasladarlo a la práctica mediante ejercicios y trabajos de carácter individual y grupal.

Es necesario que los alumnos dispongan de un ordenador en las clases con el *software* necesario para la elaboración de las actividades.

Grupo semipresencial:

Se basa en clases de repaso participativas para consolidar la lectura de material didáctico y textos relacionados con los contenidos de la materia previamente publicados en el campus virtual. Con las prácticas en clase y los trabajos en casa se espera reafirmar los conceptos y procedimientos que se han presentado en la clase.

Es necesario que los alumnos dispongan de un ordenador en las clases con el *software* necesario para la elaboración de las actividades.

5. EVALUACIÓN

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado del estudiantado. Un 40% de la nota se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 60% porcentaje restante, del examen final presencial. El examen final tiene dos convocatorias.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

- **NF = Nota Examen Final x 60% + Nota Evaluación Continuada x 40%**
- Nota mínima del examen final para calcular la NF será de 40 puntos sobre 100.
- La asignatura queda aprobada con una NF igual o superior a 50 puntos sobre 100.

Grupo presencial:

Tipo de actividad	Descripción	% Evaluación continua	
-------------------	-------------	-----------------------	--

Entregas:			40%
Trabajo en grupo	Tema 1. Análisis heurístico	10%	
Trabajo en grupo	Tema 2. Metodologías y técnicas	25%	
Trabajo en grupo	Tema 4. Definición estratégica y arquitectura de la información	10%	
Trabajo en grupo	Tema 5. Prototipado	40%	
Trabajo en grupo	Tema 6. Evaluación de UX	10%	
Trabajo en grupo	Tema 6 Presentación	5%	
Examen final			60%
	Examen final	100%	

Grupo semipresencial:

Tipo de actividad	Descripción	% Evaluación continua	
Entregas:			40%
Trabajo en grupo	Tema 1. Análisis heurístico	10%	
Trabajo en grupo	Tema 2. Metodologías y técnicas	25%	
Trabajo en grupo	Tema 4. Definición estratégica y arquitectura de la información	10%	
Trabajo en grupo	Tema 5. Prototipado	40%	
Trabajo en grupo	Tema 6. Evaluación de UX	10%	
Trabajo en grupo	Tema 6. Presentación	5%	
Examen final			60%
	Examen final	100%	

6. BIBLIOGRAFÍA

- Follet, J. (2014). *Designing for Emerging Technologies*. O'Reilly.
- Garrett, J. J. (2010). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. New Riders.
- Levy, J. (2021). *UX Strategy: Product Strategy Techniques for Devising Innovative Digital Solutions*. O'Reilly.
- Norman, D. (2013). *The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*. Perseus Books.

- Unger, R. & Chandler, C. (2012). *A Project Guide to UX Design*. New Riders.
- Yablonski, J. (2020). *Laws of UX: Using Psychology to Design Better Products & Services*. O'Reilly.
- Krug, S. (2014). *Don't make me think*. Pearson.
- Wiley, D. (2013). *Microinteractions: Designing with Details*. O'Reilly.
- Wroblewski, L. (2011). *Mobile first*. A Book Apart.
- Weinschenk, S. (2011). *100 Things Every Designer Needs to Know About People*. New Riders.