

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Diseño centrado en el usuario
Titulación	Máster Universitario en Diseño Gráfico Digital
Escuela/ Facultad	Arquitectura, Ingeniería y Diseño – Creative Campus
Curso	Primero
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Español
Modalidad	Presencial / Virtual
Semestre	Primer semestre
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	Mario Martín Salvador

2. PRESENTACIÓN

Este módulo explora la filosofía, el proceso, la metodología y los principios de Diseño Centrado en el Usuario. Se profundiza en el proceso, que es iterativo debe involucrar al usuario desde el principio hasta el lanzamiento del producto.

Se identifican las diferentes metodologías utilizadas en las distintas fases del proceso: investigación (encuestas, entrevistas, *focus groups*, etc.), la fase de definición (persona, escenario, *user journey*, etc), la fase de generación (*concept testing*, *wireframes*, prototipado de alta fidelidad, etc.) y la fase de evaluación (*tree testing*, *card sort*, test de prototipo, etc.).

Por último, se estudia el enfoque de diseño inclusivo: la importancia de diseñar para la diversidad.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos

CON1: Categorizar las teorías psicológicas, heurísticas y sesgos cognitivos que inciden en las experiencias digitales.

CON4: Definir las fases, condiciones y gestión de partes interesadas en el desarrollo de proyectos integrados de diseño gráfico avanzado, según objetivos y estrategias empresariales.

- Determinar las estrategias adecuadas, en un diseño gráfico digital, concreto, para que sea accesible
- Interpretar la investigación realizada en un diseño conceptual.

Habilidades.

HAB3: Realizar la evaluación estética y crítica de un proyectos gráficos digital.

HAB4: Aplicar metodología *Design thinking, Agile, Scrum y Lean* en el proceso de desarrollo de un diseño gráfico.

HAB6: Crear prototipos de un diseño gráfico digital con diversos grados de fidelidad adaptados a las fases de desarrollo.

- Investigar con diferentes metodologías el contexto, el cliente, la competencia y el usuario.
- Evaluar la adaptación de un diseño a un contexto concreto.
- Crear los prototipos en diferentes grados de fidelidad de un diseño, para un proyecto gráfico digital, concreto.
- Evaluar un prototipo de diseño con usuarios.

Competencias.

COMP1: Incorporar la sostenibilidad, inclusividad y ética a los proyectos para la construcción de una visión holística del estudiante de diseño gráfico digital.

COMP3: Aplicar las metodologías de diseño de experiencia de usuario para la creación de un diseño adaptativo que atienda a los principios de accesibilidad.

COMP7: Crear soluciones de interfaz que faciliten la visualización y la comprensión por parte de los usuarios en la fase del *onboarding* de los productos digitales.

COMP8: Evaluar las técnicas y tecnologías de diseño gráfico digital orientadas al desarrollo de productos digitales (apps, web, wearables, redes sociales)

4. CONTENIDOS

Metodologías de investigación: brief, benchmarking, investigación cuantitativa y cualitativa.

Experiencia del usuario (UX): factor humano, modelos mentales, análisis de usabilidad.

Accesibilidad y diseño inclusivo.

Diseño centrado en el usuario (UCD): principios, metodologías, herramientas (prototipados: baja/alta fidelidad).

Testing con usuarios.

Taller de centrado en el usuario: Diseño Conceptual.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje inverso
- Entornos de simulación

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
----------------------------	------------------------

Clases magistrales (modalidad presencial)	8
Clases de aplicación práctica (modalidad presencial)	22
Investigaciones y proyectos	40
Exposiciones orales de trabajos	2
Trabajo autónomo (modalidad presencial)	50
Tutoría académica (modalidad presencial)	18
Debates y coloquios	8
Pruebas de conocimiento	2
TOTAL	150

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	8
Clases virtuales (síncrona)	22
Exposiciones orales de trabajos	2
Investigaciones y proyectos	40
Estudios de contenidos y documentación complementaria	50
Tutoría virtual	18
Foro virtual	8
Pruebas presenciales de conocimiento	2
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	60%
Exposiciones orales	10% - 20%
Investigaciones y proyectos	20% - 50%

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	60%
Exposiciones orales	10% - 20%
Investigaciones y proyectos	20% - 50%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1	Semana 1
Actividad 2	Semana 2

Actividad 3	Semana 3
Actividad 4	Semana 4
Prueba presencial de conocimiento	Fin semestre 1

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Brown, T. (2019) (2019). *Change by Design Revised and Updated: How Design Thinking Transform Organizatios and Inspires Innovation*. New York: Harper Business.
- Busquets, C. (s. f.). “¿Qué es un *tree test* y cómo puede mejorar la usabilidad?”. *UI from Mars*. Disponible en: <<https://www.uifrommars.com/que-es-tree-test/>>
- Cooper, A. (2014). *About Face: The Essentials of Interaction Design*. Berkeley, CA: Wiley.
- Cooper-Wright, M. (2015). “Design research from interview to insight”. *Design Research Methods*. Disponible en: <https://medium.com/design-research-methods/design-research-from-interview-to-insight-part-one-summarising-the-interview-dceee9ba0969>
- Cotler, E. & Goto, K. (2002). *Rediseño de sitios web*. Madrid: Alhambra.
- Drego, V. L., Dorsey, M., Burns, M. & Catino, S. (2010). “The ROI of personas. Forrester report for customer experience professionals”. *Forrester*.
- Dreyfuss, H. (2003). *Designing for People*. New York: Allworth.
- Endsley, M. R. & Jones, D. G. (2011). *Designing for Situation Awareness: An Approach to User-Centered Design*. New York: CRC Press.
- Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience*. Berkeley: New Riders.
- Gerry, G. (2000). “What is Card Sorting?”. *Information & design*. Disponible en: <https://www.academia.edu/378581/What_is_Card_Sorting>
- Gibbs, G. (2012). *El análisis de los datos cualitativos en investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Goodman, E., Kuniavsky, M. & Moed, A. (2012). *Observing the User Experience*. Burlington: Morgan Kaufmann.
- Goodwin, K. & Cooper, A. (2009). *Designing for the Digital Age: How to Create Human-Centered Products and Services*. Nueva Jersey: John Wiley & Sons.
- Google for Startups (2016). “Rapid Prototyping: Sketching”. <https://www.youtube.com/watch?v=JMjozqJS44M>
- Google for Startups (2016). “Rapid Prototyping: Digital”. <https://www.youtube.com/watch?v=KWGBGTGryFk&feature=youtu.be>
- Hall, E. (2013). *Just enough research*. New York: A Book Apart.
- Holmes, K. (2020). *Mismatch: How Inclusion Shapes Design*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Hooper, S. (2017). “Design for Fingers, Touch, and People. Part 1”. Disponible en: <<https://www.uxmatters.com/mt/archives/2017/03/design-for-fingers-touch-and-people-part-1.php>>
- IDEO (2015). *The field guide to human-centered design*. Ideo.org. Design Kit.
- Interaction design Foundation. (2018). *The Standard Interaction Design* [diagrama]. Recuperado de <<https://thestandardinteractiondesignprocess.files.wordpress.com/2012/03/is0-9241-210-diagram-specify.png?w=461>>

- Johnson, J. (2007). *GUI Bloopers 2.0: Common User Interface Design Don'ts and DOS* Burlington: Morgan Kaufmann Publishers.
- Johnson, J. (2014). *Designing with the Mind in Mind: Simple Guide to Understanding User Interface Design Guidelines*. Burlington: Morgan Kaufmann Publishers.
- Kaplan, K. (2016). *Nielsen Norman Group: UX Research, Training, and Consulting*. California: Nielsen Norman Group.
- Klein, L. (2013). *UX for Lean Startups*. California: O'Reilly Media.
- Knapp, J., Zeratsky, J. & Kowitz, B. (2016). *Sprint: How to solve big problems and test new ideas in just five days*. Londres: Bantam Press.
- Koshinen, I., Zimmerman, J., Binder, T., Redstrom, J. & Wensveen, S. (2011). *Design Research through practice*. Burlington: Morgan Kaufmann.
- Krug, S. (2001). *No me hagas pensar*. Madrid: Anaya.
- Krug, S. (2016). "Usability Testing: How to Do-It-Yourself with Steve Krug". <<https://www.youtube.com/watch?v=VTW1yYUqBm8>>
- Leavy, P. (2017). *Research design: quantitative, qualitative, mixed methods arts-based and community-based participatory research approaches*. Nueva York: Guilford Press.
- Leavy, P. (2020). *The Oxford Handbook of Qualitative Research*. Oxford's Handbooks.
- Lewrick, M., Link, P. & Leifer, L. (2020). *The Design Thinking Toolbook: A Guide to Mastering the Most Popular and Valuable Innovation Methods*. Nueva Jersey: John Wiley & Sons.
- Martin, B. & Hanington, B. (2012). *Universal methods of design*. Beverly, MA: Rockport Publishers.
- Martin, L. M. & McGrane, K. (2019). *Everyday Information Architecture*. New York: A Book Apart.
- McElroy, K. (2017). *Prototyping for Designers: Developing the Best Digital and Physical Products*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.
- Molich, R. & Nielsen, J. (1990). "Improving a human-computer dialogue". *Communications of the ACM*, 33, (3), pp. 338-348.
- Montero, Y. H., Martín Fernández, F. J. (2004). "Card sorting: técnica de categorización de contenidos". *No Solo Usabilidad Journal*. Disponible en: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/cardsorting.htm>
- Nielsen, J. (1994). "Top 10 Heuristics for User Interface Design". *NN Group*. <<https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>>
- Nielsen, J. (2004). "Card Sorting: How Many Users to Test Alertbox". *NN Group*. Disponible en: <<https://www.nngroup.com/articles/card-sorting-how-many-users-to-test/>>
- Nielsen, J. & Mack, R. L. (1994). *Usability Inspection Methods*. New York: John Wiley & Sons.
- Nielsen, J. & Molich, R. (1990). "Heuristic evaluation of user interfaces". *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems Empowering People. CHI '90*. Disponible en: <<https://doi.org/10.1145/97243.97281>>
- Nielsen, L. (2019). *Personas. User Focused Design*. New York: Springer.
- Nielsen Norman Group (2016). "What are personas and why should I care?". <https://www.youtube.com/watch?v=khLWLtxmMGM>
- Nielsen Norman Group (2016). "Wireflows: A UX Deliverable for Workflows and Apps". Disponible en: <<https://www.nngroup.com/articles/wireflows/>>
- Nielsen Norman Group (2021). "Scenario Mapping: Design Ideation Using Personas". <<https://www.nngroup.com/articles/scenario-mapping-personas>>
- Nielsen Norman Group (2021). "Scenario Mapping for Design Exploration". <https://www.youtube.com/watch?v=dmlFRCZi9gQ&list=RDCMUC2oCugzU6W8-h95W7eBTUEg&index=1>

- Nielsen Norman Group (s. f.). "Tree Testing to Evaluate Information Architecture Categories". <<https://www.nngroup.com/videos/tree-testing/>>
- Norman, D. (2013). *The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*. New York: Basic Books.
- Norman, D. (2013). "User Centered Design". <https://www.youtube.com/watch?v=Wl2LkzlkacM&feature=youtu.be>
- Nunnally, B. & Farkas, D. (2016). *UX Research: Practical techniques for Designing better products*. California: O'Reilly Media.
- O'Brien, D. (2016). "Tree testing for websites". Disponible en: <<https://treetesting.atlassian.net/wiki/spaces/TTFW/pages/1605642/About+this+guide>>
- O'Dwyer, L. & Bernauer, J. (2013). *Quantitative research for the qualitative researcher*. California: SAGE Publications.
- Pattern, M. & Newhart, M. (2017). *Understanding research methods: an overview of the essentials*. Londres: Routledge.
- Portigal, S. (2013). *Interviewing users: how to uncover compelling insights*. New York: Rosenfeld Media.
- Ritter, F. E., Baxter, G. D. & Churchill, E. F. (2014). *Foundations for Designing User-Centered Systems: What System Designers Need to Know about People*. New York: Springer.
- Roam, D. (2009). *The Back of the Napkin: Solving Problems and Selling Ideas With Pictures*. New York: Portfolio.
- Rosenfeld, L., Morville, P. & Arango, J. (2015). *Information Architecture: For the Web and Beyond* (4th ed.). Sebastopol, CA: O'Reilly Media.
- Rubin, J. & Chisnell, D. (2008). *Handbook of Usability Testing: How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Shneiderman, B. & Plaisant, C. (2009). *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction* (5th ed.). Boston: Addison-Wesley.
- Spencer, D. (2010). *A Practical Guide to Information Architecture*. Northcote, Australia: Five Simple Steps.
- Still, B. & Crane, K. (2016). *Fundamentals of User-Centered Design: A Practical Approach*. Boca Ratón: CRC Press.
- Stickdorn, M. (2014). *This is service design thinking: basics, tools, cases*. Ámsterdam: BIS.
- Young, I. (2015). *Practical empathy*. New York: Rosenfeld Media.
- Stone, D., Jarrett, C., Woodroffe, M. & Minocha, S. (2005). *User Interface Design and Evaluation*. Burlington: Morgan Kaufmann Publishers.
- Ware, C. (2008). *Visual thinking for design*. Burlington: Morgan Kaufmann Publishers.
- Yablonski, J. (2020). *Laws of UX: Using Psychology to Design Better Products & Services*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.
- Young, I. (2015). *Practical empathy*. New York: Rosenfeld Media.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo

educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.