

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	Diseño de la información
<b>Titulación</b>	Máster Universitario en Diseño Gráfico Digital
<b>Escuela/ Facultad</b>	Arquitectura, Ingeniería y Diseño – Creative Campus
<b>Curso</b>	Primero
<b>ECTS</b>	6 ECTS
<b>Carácter</b>	Obligatorio
<b>Idioma/s</b>	Español
<b>Modalidad</b>	Presencial / Virtual
<b>Semestre</b>	Segundo semestre
<b>Curso académico</b>	2024/2025
<b>Docente coordinador</b>	Sandra Jiménez

## 2. PRESENTACIÓN

El objetivo de este módulo es abordar los principales aspectos del diseño de la información: arquitectura de la información, Diseño User Interface (UI), usabilidad, visualización de datos y el diseño para los distintos tipos de dispositivos (omnicanalidad). También se aborda el proceso de diseño de un producto digital aplicando los contenidos estudiados en el módulo.

## 3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Conocimientos

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

CON2: Indicar los principios y filosofía de las metodologías Design Thinking, Agile, Scrum y Lean

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.

CON5: Categorizar los principios de la arquitectura de la información en el contexto del diseño gráfico digital.

- Categorizar los contenidos de un proyecto de diseño digital para un público objetivo concreto.
- Proponer la herramienta más adecuada para cada fase de diseño de interfaz.
- Formular estrategias de mejora de la usabilidad de los diseños digitales.
- Distinguir las especificaciones propias de cada medio.

### Habilidades

HAB5: Elaborar una narrativa visual para un diseño gráfico digital.

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

HAB9: Diseñar la arquitectura de la información de un producto digital en web o app.

- Visualizar información compleja para que sea fácilmente comprensible.
- Diseñar un interfaz de usuario para un proyecto con herramientas de uso profesional.

#### **Competencias**

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

Digital.

COMP4: Diseñar un producto digital innovador aplicando diseño especulativo, justificando la técnica y estrategia empleada.

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

COMP9: Desarrollar estrategias de marketing para impulsar las ventas de un producto digital

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

## **4. CONTENIDOS**

Arquitectura de la información.

Diseño User Interface (UI): diseño de interfaces de usuario para máquinas y software, incluye el proceso proyectual del diseño de la interfaz: sketch; wireframe; mockup; prototipo.

Aplicar el diseño gráfico y la tipografía para mejorar la usabilidad.

Visualización de datos e infografías.

Diseño de la información aplicado a medios de interacción: periodismo, medios digitales, webs, o blogs y diseño de la navegación en múltiples soportes (papel, televisión, iPads, ordenadores, y smartphones).

Taller de Diseño UI.

## **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 (modalidad presencial)	40
Exposiciones orales de trabajos (modalidad presencial)	2
Trabajo autónomo (modalidad presencial)	50
Tutoría académica (modalidad presencial)	18
Debates y coloquios	8
Pruebas de conocimiento	2
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

#### Modalidad online:

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

## 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% - 30%

**Modalidad online:**

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	60%
Exposiciones orales	10% - 20%
Investigaciones y proyectos	20% - 30%

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 2

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:

- Adzic, G. (2012). *Impact Mapping: Making a big impact with software products and projects*. Provoking Thoughts.
- AIMC. Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2021). "Infografía resumen 23º Navegantes en la red". Disponible en: <https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/navegantes-la-red/infografia-resumen-23o-navegantes-la-red/>
- AIMC. Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. "Navegantes en la red. Encuesta AIMC a usuarios de Internet". <https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/navegantes-la-red/>
- Bianchi, K. (2018). "Omnichannel and Multichannel: Separate Words (Worlds Apart)". Forbes. Disponible en: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2018/12/26/omnichannel-and-multichannel-separate-words-worlds-apart/?sh=182fdd2a7d3a>
- Brook, J. (1996). *SUS: A "Quick and Dirty" Usability Scale*. Boca Ratón: CRC Press.
- Brook, J. (2013). *System Usability Scale: A Retrospective*. *Journal of Usability Studies*, 8 (2).
- Card, S. K., Mackinlay, J. D. & Shneiderman, B. (eds.) (1999). *Readings in Information Visualization: Using Vision to Think*. San Francisco: Morgan Kaufman.
- Chiasson, T., Gregory, D. et al. (2014). DATA + DESIGN. A simple introduction to preparing and visualizing information.
- Cleveland, W. S. (1994). *The Elements of Graphing Data*. New Jersey: Hobart Press.
- Cohn, M. (2004). *User Stories Applied: For Agile Software Development*. Addison Wesley.
- Covert, A. (2014). *How to Make Sense of Any Mess: Information Architecture for Everybody*. Publicación independiente.
- Few, S. (2004). *Show Me the Numbers: Designing Tables and Graphs to Enlighten*. Berkeley, CA: Analytics Press.
- Few, S. (2009). *Now You See It: Simple Visualization Techniques for Quantitative Analysis*. Berkeley, CA: Analytics Press.
- Garrett, J. J. (2010). *The elements of User Experience*. Berkeley, CA: New Riders.
- Garrett, J. J. (2010). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond* (2nd ed.). Berkeley, CA: New Riders.

- Gleick, J. (2013). *La información*. Barcelona: Crítica.
- Harris, R. L. (2000). *Information Graphics: A Comprehensive Illustrated Reference*. Oxford University Press.
- Hernández Hernández, M.<sup>a</sup> E., Álvarez Carrión, G. y Muñoz Arteaga, J. (2005). Patrones de interacción para el diseño de interfaces web usables. Sidar. Disponible en: <<https://yusef.es/blog/2012/11/patrones-de-diseno-de-interaccion/>>
- Hinton, A. (2014). *Context: Environment, Language, and Information Architecture*. California: O'Reilly Media.
- Kalbach, J. (2007). *Designing Web Navigation: Optimizing the User Experience*. California: O'Reilly Media.
- Kahneman, D. (2021). *Pensar rápido, pensar despacio*. Barcelona: Debate.
- Kalbach, J. (2007). *Designing Web Navigation*. California: O'Reilly Media.
- Knapp-Bejerén, A. (2003). *La experiencia del usuario*. Madrid: Anaya.
- Krug, S. (2014). *Don't make me think (revisited)*. Berkeley, CA: New Riders.
- McKinsey & Company (2015). The Internet of Things: Mapping The Value Beyond The Hype. Disponible en: <[https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Technology%20Media%20and%20Telecommunications/High%20Tech/Our%20Insights/The%20Internet%20of%20Things%20The%20value%20of%20digitizing%20the%20physical%20world/Unlocking\\_the\\_potential\\_of\\_the\\_Internet\\_of\\_Things\\_Executive\\_summary.pdf](https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Technology%20Media%20and%20Telecommunications/High%20Tech/Our%20Insights/The%20Internet%20of%20Things%20The%20value%20of%20digitizing%20the%20physical%20world/Unlocking_the_potential_of_the_Internet_of_Things_Executive_summary.pdf)>
- Maeda, J. (2020). *The laws of simplicity*. Cambridge: MIT Press.
- Moore, G. (1998). *Crossing the Chasm: Marketing and Selling Technology Projects to Mainstream Customers*. Capstone Publishing Ltd
- Nielsen, J. (2000). *Designing for web usability*. Berkeley, CA: New Riders.
- Norman, D. (2013). *The design of everyday things*. New York: Basic Books.
- Norman, D. (2015). *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*. New York: Basic Books.
- Morrogh, E. (2003). *Information Architecture: An Emerging 21st Century Profession*. New Jersey: Prentice Hall.
- Patton, J. (2014). *User Story Mapping: Discover the Whole Story, Build the Right Product*. O'Reilly Media.
- Ronda León, R. (2008). "Arquitectura de información: análisis histórico-conceptual". No Solo Usabilidad. Disponible en: <[http://www.nosolousabilidad.com/articulos/historia\\_arquitectura\\_informacion.htm](http://www.nosolousabilidad.com/articulos/historia_arquitectura_informacion.htm)>
- Rosenfeld, L. & Morville, P. (1998). *Information Architecture for the World Wide Web: For the web and beyond*. California: O'Reilly Media.
- Rosenfeld, L., Morville, P. & Arango, J. (2015). *Information architecture for the Web and Beyond*. California: O'Reilly Media.
- Rost, L. C. (2021). "When to use quantitative and when to use qualitative color scales". Datawrapper. Disponible en: <https://blog.datawrapper.de/quantitative-vs-qualitative-color-scales/>
- Salazar, L., Abad, J. (2018). *Historias de usuario: Una visión pragmática*.
- Sosulski, K. (2018). *Data Visualization. Make Simple Insights into Becoming Visual*. New York: Routledge.
- Spencer, D. (2010). *A practical guide to Information Architecture*. Cardiff: Five Simple Steps.

- Tufte, E. R. (1983). *The Visual Display of Quantitative Information*. Cheshire, CT: Graphics Press.
- Ware, C. (2008). *Visual Thinking: for Design*. San Francisco: Morgan Kaufman.
- Wilke, C. O. (2019). *Fundamentals of Data Visualization A Primer on Making Informative and Compelling Figures*. California: O'Reilly 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](mailto: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.