

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Experiencia de Usuario
Titulación	Grado en Diseño Gráfico y Multimedia
Escuela/ Facultad	Escuela de Arquitectura, Ingeniería y Diseño – Campus Creativo
Curso	2º
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Español
Modalidad	Online
Semestre	Segundo semestre
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	Ángel Serrano Valverde

2. PRESENTACIÓN

Desde que Joe Pine y Jim Gilmore escribieron el libro seminal *The Experience Economy* en 1988, el concepto de la economía de la experiencia no ha hecho más que crecer. De hecho, los autores han vuelto a reeditar el libro (2019) con un nuevo prefacio donde argumentan que, para generar valor en la actualidad, es más importante que nunca que las empresas, organizaciones, productos y servicios sean capaces de crear experiencias personales, impactantes y transformadoras.

En los próximos años la economía de la experiencia cobrará aún más relevancia a medida que las empresas se digitalicen. Este nuevo entorno del diseño digital requiere perfiles de diseñadores especializados en experiencia de usuario, que son cada vez más demandados por el mercado para cubrir esas necesidades.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONOCIMIENTOS

CON01: Identificar los principios y teorías del lenguaje visual aplicados al diseño gráfico y multimedia.

- Identificar las necesidades de los usuarios y satisfacerlas de una forma simple y clara.

HABILIDADES

HAB03: Diseñar proyectos de diseño gráfico y multimedia aplicando los conocimientos adquiridos, justificando su viabilidad técnica, económica y temporal.

HAB05: Aplicar los principios de accesibilidad universal al diseño gráfico y multimedia, online y offline. Aplicar las teorías y metodologías relacionadas con las estrategias para conectar al usuario con un producto y/o servicio a nivel operativo y emocional.

COMPETENCIAS

COMP07: Capacidad para diseñar, desde la génesis a la producción, proyectos de diseño gráfico y multimedia en medios online y offline.

COMP10: Capacidad para aplicar los conceptos del branding desde la disciplina del diseño gráfico y multimedia.

COMP11: Capacidad para diseñar proyectos de imagen corporativa utilizando el diseño gráfico y multimedia.

4. CONTENIDOS

Ningún proyecto es una isla. Es un conjunto de experiencias, cohesionadas e integradas. Hay que tener en cuenta todas las etapas de un diseño: desde los objetivos iniciales hasta las reflexiones finales, desde su primer uso hasta el soporte, el servicio y el mantenimiento. Hay que conseguir que todo funcione en conjunto, sin problemas, y resulte amigable para el usuario. Esta asignatura servirá de introducción al UX para el diseñador multimedia.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- Clase magistral / web conference
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo

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 online:

Actividad formativa	Número de horas
Lectura de temas de contenido y documentación complementaria	25h
Clases virtuales sincronicas	5h
Debates y coloquios a través de seminario virtual	12h
Análisis de casos	12h
Exposiciones orales mediante webconference	6h
Elaboración de informes y escritos	14,5h
Actividades participativas grupales (seminarios, participación en foros on-line, etc.) a través de webconference	12,5h
Trabajo autónomo	40h
Tutoría virtual	20h
Pruebas presenciales de conocimiento	3h

TOTAL
150h

7. EVALUACIÓN

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

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	60%
Exposiciones orales	5%
Informes y escritos	25%
Casos	10%

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.

cro

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 actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

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 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 contenidos detallados y fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Fecha	Tema	Contenido
-------	------	-----------

31 enero	Fundamentos de UX y heurísticas de usabilidad	Introducción a UX y UI. Diferencias clave. Diseño centrado en el usuario (DCU).
7 febrero		Principios heurísticos de Nielsen. Aplicación en interfaces digitales.
14 febrero	UX Research: Métodos y técnicas	Métodos cualitativos y cuantitativos en UX Research. Creación de user personas y user journeys.
28 febrero		Técnicas de investigación: entrevistas, encuestas y focus groups.
7 marzo		Análisis de métricas UX: mapas de calor, pruebas A/B y herramientas de medición.
14 marzo	Arquitectura de la Información y Wireframing	Organización de la información en UX. Card sorting y estructuras de navegación.
28 marzo		Creación de wireframes de baja fidelidad y su importancia en el proceso de diseño.
4 abril	Diseño de interfaces desde UX (único tema de UI)	Patrones de interacción y diseño basado en datos. Principios de diseño visual aplicados a UX.
25 de abril		Evaluación de UI en productos digitales y buenas prácticas en diseño de interfaces.
9 mayo	Prototipado y testeo en Figma	Introducción a Figma. Uso de autolayout, componentes y variantes.
23 de mayo		Creación de prototipos interactivos de baja, media y alta fidelidad.

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1: Análisis Heurístico	20 febrero
Actividad 2: Test A/B stream	20 marzo
Actividad 3: ECI	17 abril
Actividad 4: Wireframing Web completa	30 mayo

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

9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D. y Noessel, C. (2014). *About Face: The Essentials of Interaction Design*. Wiley.
<<https://www.wiley.com/en-ps/About+Face:+The+Essentials+of+Interaction+Design,+4th+Edition-p-9781118766576>>.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Allanwood, G. y Beare, P. (2019a). *User Experience Design - A Practical Introduction*. Bloomsbury Visual Arts.

- Buley, L. (2019). *The User Experience Team of One: A Research and Design Survival Guide*. New York, USA: Rosenfield Media.
- Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D. y Noessel, C. (2014). *About Face: The Essentials of Interaction Design*. Wiley. <<https://www.wiley.com/en-us/About+Face:+The+Essentials+of+Interaction+Design,+4th+Edition-p-9781118766576>>.
- Holmes, K. y Maeda, J. (2018). *Mismatch*. Amsterdam, Países Bajos: Amsterdam University Press.
- IDEO (2015). *The Field Guide to Human-Centered Design*. Design Kit.
- Koshinen, I., Zimmerman, J., Binder, T., Redstrom, J. y Wensveen, S. (2011). *Design Research through practice*. Morgan Kaufmann
- Krug, S. (2013). *Don't make me think!: A common sense approach to web usability*. New Riders.
- Maeda, J. (2021). 2021 CX Report. Computational Experiences: When Safety Eats the World. <<https://cx.report/2021-cx-report/>>
- Martin, B. y Hanington, B. (2012). *Universal methods of design*. Rockport Publishers
- Microsoft Design. Inclusive Design. Recuperado el 30 de mayo, 2021, de <<https://www.microsoft.com/design/inclusive/>>.
- Nunnally, B. y Farkas, D. (2016). *UX Research: Practical techniques for Designing better products*. O'Reilly Media
- Pattern, M. y Newhart, M. (2017). *Understanding research methods: an overview of the essentials*. Routledge.

- Portugal, S. (2013). *Interviewing users: how to uncover compelling insights*. Rosenfeld Media
- Saffer, D. (2009). *Designing for Interaction: Creating Innovative Applications and Devices* (2nd ed.). Berkeley, CA: New Riders Publishing.
- Stickdorn, M. (2014). *This is service design thinking: basics, tools, cases*. BIS.
- Young, I. (2015). *Practical empathy*. Rosenfeld Media.
- Yablonski, J. (2021). *Laws of UX is a collection of best practices that designers can consider when building user interfaces*. <<https://lawsofux.com/>>.

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA 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

¡Tú 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.