



Fundación Uned



Curso de Usabilidad, Experiencia de Usuario (UX) y CRO

Fórmate en el Nuevo Marketing



Información Académica (10-14h L-V)

Tel. 91 169 70 97

mariana.blazquez@cursosmarketingonlinefunded.com

www.cursosmarketingonlinefunded.com

Información Matrícula Fundación UNED

Tel. 91 386 72 76

www.fundacion.uned.es

PRESENTACIÓN

¿Estás pensando en desarrollar tu carrera profesional en el ámbito de la usabilidad y la experiencia de usuario?

Te lo ponemos fácil a través de cuatro premisas.



Metodología

100% online
con clases en directo.



Mejor Relación Calidad/Precio

(este curso posee descuentos y
bonificaciones).



Duración

4 meses.
500 horas de formación certificadas.



Garantía

La Fundación UNED es un organismo de gran prestigio, en España y América Latina, gracias a su buena labor y tradición en la formación online y a distancia.

[VISITA LA WEB DEL CURSO](#)

[MATRÍCULA ONLINE](#)



La Fundación UNED presenta este curso Online dirigido a la formación de **profesionales en la Usabilidad, Experiencia de Usuario (UX) y CRO**, campo que busca atraer y fidelizar al usuario mediante el desarrollo de sitios web amigables.

Con este curso podrás adquirir conocimientos sobre los principios de la Usabilidad, sus objetivos basados en la cognición y la percepción humana, los métodos para mejorar la navegabilidad y las recomendaciones para la optimización de Landing Pages, tiendas online, blogs o aplicaciones móviles.

Conocerás, además, los principios del diseño de interfaces y arquitecturas de la información centrados en el usuario y su comportamiento. Aprenderás los fundamentos de las principales metodologías ágiles que se aplican en Usabilidad y entenderás la relación que existe entre el SEO y la Experiencia de Usuario, así como el mejor modo de organizar la información para su óptimo posicionamiento en buscadores.

Sabrás cómo se realiza la adaptación de un sitio a dispositivos móviles, teniendo en cuenta los elementos que facilitan la óptima accesibilidad del usuario a la información que necesita y busca.

Por último, aprenderás la analítica de la experiencia de uso: evaluación de opiniones subjetivas, métricas de analítica web, testeo, evaluación heurística, herramientas de análisis y optimización de la conversión.

El presente Curso de Usabilidad, Experiencia de Usuario (UX) y CRO plantea los conocimientos necesarios para introducirse en un campo muy actual, en permanente evolución, por los frecuentes cambios y actualizaciones que las tecnologías de la información nos obligan a realizar, y que ofrece grandes posibilidades de trabajo o aplicación profesional. Es, sin duda, un área por la que, quien desea especializarse en el mundo del Marketing Digital, debe de pasar.



A quién va dirigido

- Profesionales, responsables y directivos de marketing y publicidad.
- Propietarios de negocios con presencia online o que se plantean dar el salto a internet.
- Webmasters (propietarios y administradores de sitios web).
- Diseñadores, programadores y desarrolladores web.
- Comerciales y publicistas.
- En general, estudiantes, autónomos y profesionales que deseen iniciarse en el campo de la usabilidad.

Objetivos

1

Formar al alumno para que aprenda a conocer los aspectos relativos a la arquitectura web, reconocer el comportamiento de un usuario a través del análisis y el testeo del mismo a través de herramientas específicas Test A/B, Analytics y Hotjar.

Conocer la relación de la usabilidad y el posicionamiento orgánico o SEO.

2**3**

Saber los rudimentos del prototipado y conocer las metodologías Agile, Lean y Scrum.

Asimilar las áreas relacionadas con la optimización de la conversión.

4

METODOLOGÍA

100% Online y clases en directo: flexibilidad y cercanía.



Campus Online



Tutor Personal



Clases en Directo



App Móvil

Recibirás las claves de acceso al Campus Online del curso. Desde ese momento podrás acceder cuando quieras (24 horas al día), en función de tu disponibilidad horaria, y desde donde quieras. Solo necesitas una conexión a internet.

Además de que la flexibilidad horaria y geográfica es total, el modelo pedagógico del curso está diseñado para ser conciliado con tus responsabilidades laborales y personales.



¿Qué me voy a encontrar?

Una vez dentro del campus, podrás descargar y estudiar el material didáctico, asistir a clases en directo, ver videotutoriales explicativos, participar en foros de debate, plantear tus dudas a los profesores o a tu tutor, leer documentación complementaria, realizar las actividades o interactuar con otros alumnos.

En función de la parte del curso en la que estemos, cada uno de estos aspectos será el protagonista. El curso está dotado de un ritmo muy interesante, ¡no te vas a aburrir ni un minuto!

Clases en directo

Las clases en directo consisten en explicaciones por parte del equipo docente de aquellos contenidos en los que, por su complejidad o importancia, queremos hacer hincapié trabajándolo directamente contigo. También aprovecharemos algunas de estas sesiones para ayudarte a resolver dudas, queremos que notes cercanía y los profesores van a estar muy pendientes de ti.

Podrás vivir la experiencia de una clase tradicional con profesores y alumnos, pero sin salir de casa. Si no puedes asistir a dichas clases, no te preocupes, la asistencia es voluntaria y todas las sesiones se graban para que puedas verlas cuando quieras.

Tutorías telefónicas

Además de lo anterior, contarás con la posibilidad de contactar con tu tutor a través de tutorías telefónicas. ¡No te vamos a dejar guardarte ni una duda!

MODELO DE EVALUACIÓN

Se trata de una evaluación continua de carácter fundamentalmente práctico



Teórica

A lo largo del curso se aportan amplios conocimientos teóricos que se evalúan fundamentalmente en su aplicación práctica. Por ello, la evaluación puramente teórica constituye una pequeña parte de la evaluación.



Práctica

Gracias a este curso, tendrás la oportunidad de analizar distintas webs desde la perspectiva de la usabilidad, proponiendo un prototipado o diseños óptimos, su adaptabilidad a dispositivos móviles y la optimización para el posicionamiento SEO. Todo lo anterior se plasmará en la creación y el desarrollo de un proyecto de usabilidad.

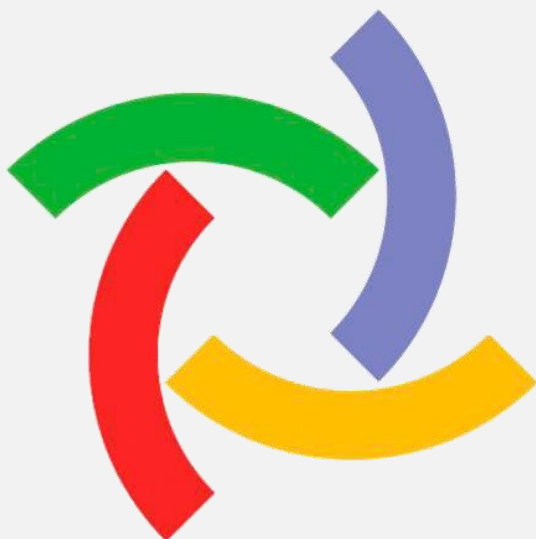


TITULACIÓN

Todos aquellos alumnos que superen el curso con éxito, recibirán el título de “Curso en Usabilidad , Experiencia de Usuario (UX) y CRO de la Fundación UNED” que reconoce 500 horas de formación en la materia.

**Título de la
Fundación UNED** 
que refuerza tu currículum

500 HORAS 
de formación reconocidas



Qué es la Fundación UNED

La Fundación UNED pertenece a la UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia www.uned.es) y tiene por objeto diseñar, promover y realizar todos aquellos estudios que son necesarios en pro del desarrollo científico, cultural, social, económico, de la investigación y de la formación profesional, tanto de la sociedad española como de aquellos países con los que mantiene relaciones de cooperación.

Para ampliar la información, visitar www.fundacion.uned.es.

PROFESORADO

Magda López Martín

Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga y Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor por la Universidad de Granada.

Ha realizado un Posgrado de Diseño y Producción Gráfica en Elivasa (Barcelona) y el Curso Superior de Diseño y Desarrollo Web en la Escuela de Arte de Granada.

Actualmente trabaja como diseñadora web Front-End en Idento, Agencia de Marketing Online, SEO y Diseño Web/UX.



Rocío Sánchez Trujillo

Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Granada. Máster en Marketing y Gestión Comercial por ESIC Business & Marketing School.

Actualmente trabaja como Consultora de Marketing Digital en Idento. Especialista en SEM, PPC y Analítica Web, gestionando cuentas y campañas para diferentes empresas de servicios y E-Commerce.

Certificada por los programas profesionales de Google Ads, Microsoft Advertising y Google Analytics.



PROFESORADO

Ángela Cervilla Rivas

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Málaga en la especialidad de Publicidad y RRPP.

Se ha formado como diseñadora gráfica publicitaria, diseño web y ecommerce. Es experta en diseño y maquetación web en WodPress, PrestaShop, HTML y CSS.

Ha trabajado como diseñadora en diversas empresas y actualmente es la directora del Departamento de Diseño Web de la Agencia Idento Marketing y Desarrollo Web.



Enrique Castillo Lamas

Licenciado en Arquitectura por la Universidad de Granada, es Máster en Diseño Web y Desarrollo Front-End.

Experto en diseño de interfaz web, maquetación HTML-CSS, WordPress y Jquery.

Ha trabajado como consultor de diseño de marcas y marketing, desarrollador front-end, hoy es integrante del Departamento de Diseño Web de la Agencia Idento Marketing y Desarrollo Web.



PROGRAMA

I. Introducción y prácticas recomendadas

A

FUNDAMENTOS DE LA USABILIDAD

- Introducción
 - El inicio del Diseño Web
 - Desarrollo del HTML5
 - Animaciones y Diseño Web
 - Evolución de las Hojas de Estilo CSS
 - Diseño Web Actual
 - El dispositivo móvil como motor de cambio
- Qué es la usabilidad
- Conceptos relacionados con la Usabilidad Web
 - Desarrollo teórico de la Usabilidad
 - Usabilidad según otros autores
 - Diferencia entre Usabilidad y Experiencia de Usuario
- La cognición y la percepción humana
 - La percepción Visual
 - Organización perceptual
 - Leyes de la Gestalt
 - Ver no es lo mismo que reconocer
 - La Percepción en el Diseño Web
 - Elementos de la Cognición
- El origen de la Usabilidad
 - Los profesionales de la usabilidad
 - Cualidades requeridas en el Profesional de la Usabilidad
 - Salidas Profesionales
- Los objetivos o beneficios de la Usabilidad
- Importancia de la Usabilidad
 - La usabilidad, objetivos y negocio de las empresas
 - ¿Qué hace que un website sea usable?
 - ¿Cuál es el efecto de una web usable?
- Métodos para mejorar la Usabilidad
- ¿Cuándo trabajar la Usabilidad de una web?
- Métodos de testeo y evaluación de la Usabilidad
 - Métodos de inspección de Usabilidad
 - Métodos de evaluación de Usabilidad
 - Comparación de los métodos de evaluación y prueba de usabilidad
- Accesibilidad web
 - ¿Qué es la Accesibilidad?
- Limitaciones de acceso



PROGRAMA

I. Introducción y prácticas recomendadas

B

PRÁCTICAS RECOMENDADAS DE USABILIDAD

- Introducción
- Principios de Usabilidad
 - Decálogo sobre Usabilidad de Jakob Nielsen
- Recomendaciones generales
- Aspectos para tener en cuenta en una Landing Page
 - Específica y clara
 - Llamadas a la acción
 - Formulario
- Aspectos para tener en cuenta en una Tienda Online
 - Navegación general
 - Home Pages
 - Página «Categoría de Productos»
 - Carrito
- Aspectos para tener en cuenta en un Blog
- Aspectos para tener en cuenta en una Web App
 - Los principios básicos de la Usabilidad en una app
 - Algunas recomendaciones



PROGRAMA

II. Herramientas y metodologías

A

HERRAMIENTAS

- Introducción
- Principios del diseño de interfaces
- Análisis de requisitos y diseño conceptual
- Arquitectura de la información
 - ¿Cómo aplico la arquitectura de la información?
 - ¿Qué tareas lleva a cabo, por tanto, un arquitecto de la información?
 - Flujos y procesos
 - ¿Cómo crear un flujo o proceso?
 - Principios del diseño de interfaces
 - Elementos principales de la interfaz
- Definición de una interfaz
- Diseño centrado en el usuario
- Sketch, Wireframe, Mockup y Prototipo
- Creación de prototipos con las herramientas de prototipado Balsamiq y Adobe XD

B

METODOLOGÍAS ÁGILES APLICADAS A UX

- Introducción
- Proceso
- ¿Qué es Design Thinking?
- ¿Qué son las metodologías ágiles?
- ¿Qué es Scrum?
- ¿Qué es Agile UX?
- ¿Qué es Lean UX?
- Diamante doble
- Caso de éxito Airbnb

PROGRAMA

III. Movilidad y SEO aplicados a UX

A

MOVILIDAD

- Introducción
 - Recomendaciones para que nuestra web sea más rápida
- Adaptación a dispositivos móviles
 - Diseño web Responsive
 - Diseño web Adaptive
 - Mobile sites o msites
- Mobile – First. Principios del diseño móvil
 - Principios de diseño aplicados a búsquedas móviles
 - Principios para mejorar la conversión en dispositivos móviles
 - Recomendaciones para mejorar la experiencia de usuario en formularios con gran complejidad
 - Nuevas tecnologías móviles
 - Buenas prácticas técnicas en sitios web móviles
 - User experience aplicado a las aplicaciones móviles

B

SEO

- Introducción posicionamiento SEO
 - La importancia del SEO
 - SEO On-Page
- Investigación de palabras clave – Keyword Prospecting
 - Herramientas de palabras clave – Prospección de Keywords
 - Factores SEO On-Page
 - Black Hat SEO
- Relación posicionamiento SEO y UX
- Taxonomía
- Organización de la arquitectura de información y modelo de navegación
- Crossselling y upselling como herramienta de enlazado interno



PROGRAMA

IV. Analítica y CRO: Optimización de la conversión

A

ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA DE USUARIO

- Introducción.
- ¿Qué hay que tener en cuenta al medir un estudio?
- Métricas en estudios de usabilidad.
- Evaluación de opiniones subjetivas.
- Métricas en analítica web.
- Test A/B.
- Test Multivariante.
- Los estudios con usuarios.
- Análisis de los datos.
- Evaluación heurística.

B

HERRAMIENTAS WEB PARA EL ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA DE USUARIO

- Google Analytics básico (uso en el ámbito de informes)
- Hotjar y otras herramientas

C

OPTIMIZACIÓN DE LA CONVERSIÓN Y CRO

- Introducción.
- Áreas relacionadas con la optimización.
- ¿Cómo aplicar las mejoras de usabilidad?
- Quick wins.
- CRO

PRECIO

Matrícula de **490 €**, precio final.

Se puede elegir un único pago o fraccionado en dos plazos. El pago fraccionado es compatible con los descuentos.

Descuento adicional de un 10% por matrícula anticipada (consultar fechas en la web) acumulable a otros descuentos.

Colectivos **441 € (10% de Descuento)**

- **Personas en situación de desempleo** (en el proceso de matrícula el alumno deberá adjuntar una copia escaneada del justificante de demanda de empleo en vigor).
- **Profesionales autónomos** (en el proceso de matrícula el alumno deberá adjuntar una copia escaneada del último pago a autónomos).
- **Alumnos y antiguos alumnos de la UNED y Fundación UNED** (en el proceso de matrícula el alumno deberá adjuntar una copia escaneada del título del curso realizado o una copia escaneada del pago de matrícula del curso que está realizando).
- **Personal UNED** (en el proceso de matrícula el alumno deberá adjuntar una copia escaneada del carné de empleado de la UNED).
- **Personas con discapacidad del 33% o superior** (en el proceso de matrícula el alumno deberá adjuntar una copia escaneada del certificado de discapacidad).

Antiguos Alumnos **392 € (20% de Descuento)**

Antiguos alumnos de los cursos de Marketing Online, E-commerce, Inbound Marketing, Publicidad en Redes Sociales, Community Management, Competencias Tecnológicas para Community Managers, Analítica Web y Certificación de Google Analytics, Google Adwords (Google Ads), Bing Ads y certificaciones de Google y Microsoft, Gamificación y Storytelling de la Fundación UNED.

Trabajadores en Activo **490 € (100% Bonificable)**

Curso 100% bonificable a través de la [FUNDAE](#) (antigua F. Tripartita). El curso es abonado por la empresa, para su trabajador, mediante créditos formativos.

Al formalizar la matrícula, puede seleccionar que la Fundación UNED se haga cargo, en nombre de su empresa, de la tramitación de la bonificación en la FUNDAE. Esta gestión supone un incremento de un 10% de la matrícula, importe que también será bonificado como coste del curso.

Más información: gestion.bonificaciones@fundacion.uned.es

MATRÍCULA E INSCRIPCIÓN

Próxima edición:

28/02/2022 – 30/06/2022 (matrícula hasta 21/02/2022)

Inscripción

Podrás formalizar tu matrícula vía telemática en la página web del curso www.cursosmarketingonlinefuned.com o bien en la página oficial de la Fundación UNED www.fundacion.uned.es.

Información Académica (10-14h L-V)

Tel. 91 169 70 97 | mariana.blazquez@cursosmarketingonlinefuned.com
www.cursosmarketingonlinefuned.com

Información Matrícula Fundación UNED

Tel. 91 386 72 76 | www.fundacion.uned.es

[VISITA LA WEB DEL CURSO](#)

[MATRÍCULA ONLINE](#)



Fundación Uned