

Máster en Estrategias de Crecimiento y Automatización de Marketing



# ÍNDICE

**1** | Somos Educa  
Business School

**2** | Rankings

**3** | Alianzas y  
acreditaciones

**4** | By EDUCA  
EDTECH  
Group

**5** | Metodología  
LXP

**6** | Razones por las  
que elegir Educa  
Business School

**7** | Programa  
Formativo

**8** | Temario

**9** | Contacto

## SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**EDUCA Business School** es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

**18**

años de  
experiencia

Más de

**300k**

estudiantes  
formados

Hasta un

**98%**

tasa  
empleabilidad

Hasta un

**100%**

de financiación

Hasta un

**50%**

de los estudiantes  
repite

Hasta un

**25%**

de estudiantes  
internacionales

## RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**Educa Business School** se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



## ALIANZAS Y ACREDITACIONES

---



FONDO  
SOCIAL  
EUROPEO



## BY EDUCA EDTECH

---

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



### ONLINE EDUCATION

---



# METODOLOGÍA LXP

---

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



## 1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



## 2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



## 3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



## 4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



## 5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



## 6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

### 1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



### 2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



### 3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

## 4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



## 5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

## 6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



# Máster en Estrategias de Crecimiento y Automatización de Marketing



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO  
PERSONALIZADO**

## Titulación

Titulación de Máster en Estrategias de Crecimiento y Automatización de Marketing con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional



## Descripción

En un entorno digital en constante evolución, el Máster en Estrategias de Crecimiento y Automatización de Marketing se erige como una formación esencial para quienes buscan impulsar su carrera en el ámbito del marketing digital. La demanda de profesionales capacitados en SEO, SEM, y Growth Hacking está en auge, y se presenta como una oportunidad única para adquirir habilidades

estratégicas de alto impacto. A través de un enfoque integral que incluye la optimización de la tasa de conversión (CRO), el diseño de experiencia de usuario (UX) y la automatización del marketing, este máster te capacita para liderar proyectos digitales exitosos. Además, la modalidad online permite un aprendizaje flexible y adaptado a tus necesidades, haciendo de esta formación una inversión valiosa para avanzar en un mercado laboral competitivo y en expansión. Atrévete a ser parte del cambio y lleva tus capacidades al siguiente nivel con esta innovadora propuesta académica.

## Objetivos

---

'- Diseñar estrategias efectivas de SEO On Page para optimizar el contenido web. - Implementar técnicas avanzadas de Growth Hacking para maximizar el crecimiento digital. - Desarrollar campañas de Google Ads que maximicen el retorno de inversión. - Automatizar el marketing mediante herramientas avanzadas para mejorar la eficiencia. - Optimizar la tasa de conversión a través del análisis del funnel y CRO. - Aplicar técnicas de neuromarketing para mejorar la experiencia del usuario. - Crear estrategias efectivas de linkbuilding para mejorar el SEO Off Page.

## Para qué te prepara

---

El Máster en Estrategias de Crecimiento y Automatización de Marketing está diseñado para profesionales y titulados del sector del marketing que buscan profundizar en áreas como SEO, SEM, Growth Hacking, Google Ads y Marketing Automation. Ideal para quienes desean dominar técnicas avanzadas de optimización de tasa de conversión y experiencia de usuario, potenciando su capacidad estratégica y analítica.

## A quién va dirigido

---

Este máster te capacita para diseñar y ejecutar estrategias de crecimiento mediante el uso de técnicas avanzadas de SEO, SEM y growth hacking. Aprenderás a gestionar campañas de Google Ads y a automatizar procesos de marketing para maximizar el retorno de inversión. Desarrollarás habilidades en optimización de la tasa de conversión y mejorarás la experiencia del usuario a través del diseño centrado en el usuario. Al finalizar, serás capaz de implementar proyectos integrales de marketing digital, optimizando cada etapa del embudo de conversión.

## Salidas laborales

---

'- Especialista en optimización de motores de búsqueda (SEO) - Consultor en automatización de marketing - Estratega de crecimiento digital (Growth Hacking) - Analista de Google Ads y SEM - Gestor de campañas de email marketing - Experto en optimización de la tasa de conversión (CRO) - Diseñador

de experiencia de usuario (UX) - Especialista en branding y reputación online.

## TEMARIO

---

### MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DE BUSCADORES

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL SEO

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en google
5. Estrategia SEO

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL SEM

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con google ADS
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

1. Qué es un CMS
2. Ventajas e inconvenientes de los CMS
3. WordPress y woocommerce
4. Prestashop y magento

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. GOOGLE ANALYTICS 4

1. ¿Qué es Google Analytics 4?
2. Diferencias con respecto a Universal Analytics
3. Implementación de Google Analytics 4
4. Las herramientas de análisis de Google Analytics 4
5. Los espacios de identidad
6. Ventajas de Google Analytics 4
7. Desventajas de Google Analytics 4

### MÓDULO 2. FUNDAMENTOS DEL GROWTH HACKING

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRESENTACIÓN AL GROWTH HACKING

1. Qué es growth hacking
2. Cómo ver un buen growth hacker
3. Proceso de growth hacking
4. Embudo de conversión

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. DESARROLLANDO UN PLAN DE CRECIMIENTO

1. Entender a tu cliente
2. Entender tu producto
3. Beneficio en growth hacking
4. Seguimiento y Analytics

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PREPARACIÓN PARA EL CRECIMIENTO

1. Usar remarketing en nuestra web
2. Aptitud de tu producto
3. Base de clientes
4. Mantén a tus usuarios

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. GENERAR MOMENTOS DE CRECIMIENTO

1. Asociaciones para crecer
2. Integrar con API para crecer

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTUDIAR EN GROWTH HACKING

1. Que es Airbnb
2. Tinder y su estrategia de growth hacking
3. visión de Square
4. oportunidad de JetBlue
5. Finalización del curso Fundamentos del growth hacking

#### MÓDULO 3. SEO ON PAGE

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. KEYWORD RESEARCH

1. Introducción
2. Tipo de Keywords
3. SEMrush
4. Sistrix
5. LongTail y Voice Search: AnswerThePublic
6. Herramientas gratuitas
7. Extensiones para Chrome

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. ARQUITECTURA DEL SITIO WEB

1. Estructura de una web
2. Optimización de Etiquetas Meta: Screaming Frog SEO Spider
3. Enlazado interno
4. Sitemap.xml
5. Archivo Robot.txt
6. Optimización multimedia
7. Accelerated Mobile Pages- AMP
8. Google Search Console
9. SEO en HTML, CSS y Java Script
10. Extensiones para Chrome
11. Migraciones

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LOS METADATOS- SCREAMING FROG

1. Etiquetas meta name
2. Etiqueta meta description
3. Etiqueta meta Keyword
4. Etiqueta meta Robots
5. Etiqueta meta viewport
6. Etiqueta meta nosnippet
7. etiqueta meta http-equiv
8. Etiqueta Title

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. USABILIDAD Y EXPERIENCIA DE USUARIO- UX

1. Introducción
2. Principios de experiencia de usuario
3. Experiencia de usuario y dispositivos
4. Métricas y KPI's
5. Proceso de diseño UX
6. Tendencias en UX
7. Orientaciones de diseño web y dispositivos

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. AUDITORIA ON PAGE

1. Auditoria de indexabilidad
2. Velocidad de carga de la web (WPO) y renderizado
3. Monitorización de marca
4. Análisis y planificación del posicionamiento orgánico
5. Códigos de estado y Protocolo
6. Análisis Log
7. Análisis de la taxonomía web

### MÓDULO 4. SEO OFF PAGE

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMPORTANCIA DE LOS ENLACES EN SEO

1. Backlinks y linkjuice
2. Consideraciones de los enlaces entrantes
3. Nofollow vs. dofollow
4. Análisis de enlaces: SEMrush, Ahrefs y Screaming Frog

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LINKBUILDING

1. Características fundamentales de Linkbuilding
2. Tipos de enlaces
3. Principales técnicas de linkbuilding
4. Estrategia de linkbuilding orgánico
5. Linkbuilding con Ahrefs
6. Autorización y desautorización de enlaces con Search Console

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LINKBAITING

1. Introducción al linkbaiting
2. Directorios
3. Blog, foros y redes sociales
4. Storytelling
5. Marketing viral

## MÓDULO 5. ESPECIFICACIONES SEO

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. SEO ESPECIALIZADO

1. SEO local
2. Search y social media
3. SEO mobile
4. SEO internacional
5. Auditoría SEO

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. BLACK HAT SEO

1. Introducción
2. Cloaking
3. Texto invisible
4. Duplicación de dominios
5. SPAM en foros
6. Uso de enlaces forzados o spam Keywords
7. Información sobre Black Hat SEO
8. Cómo salir de una penalización en Google

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEO PARA BLOGS Y WORDPRESS

1. Blogs
2. Cómo hacer un blog en Wordpress
3. Plugins para optimizar el SEO en los blogs

## MÓDULO 6. GOOGLE ADS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADS

1. Características de Google Ads
2. Introducción
3. Las páginas de búsqueda
4. Las páginas de contenido
5. Funcionamiento de Ads

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN CON GOOGLE ADS

1. Cuentas en Ads
2. Interfaz de Ads
3. Campañas en Ads
4. Mi centro de clientes (MCC)
5. Búsqueda de información y ayuda

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONCEPTOS AVANZADOS

1. Posicionamiento de los anuncios
2. El funcionamiento de las palabras clave
3. Tipos de anuncios
4. Grupos de anuncios
5. Estados de los anuncios

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS CONVERSIONES Y EL RETORNO DE LA INVERSIÓN

1. Definición de conversiones
2. Características y funcionamiento
3. Las búsquedas
4. ¿Qué es Google Analytics?
5. Características Analytics y relación con Ads
6. La mejora de conversiones

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. MEJORA DE POSICIONAMIENTO

1. Mejora con palabras clave
2. Mejora con anuncios
3. Mejora con la medición de los resultados

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PUBLICIDAD DEL CONTENIDO

1. La Red Display
2. Orientación en la red
3. Métodos de compra
4. Ayuda
5. ¿Qué es el remarketing?
6. Las pujas
7. Estrategias de pujas

### UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL EDITOR Y FINALIZACIÓN DEL CURSO

1. Características
2. Funciones
3. Fin del curso

### MÓDULO 7. MARKETING AUTOMATION ECOSYSTEM

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING AUTOMATION

1. Marketing Automation: Concepto y Casos Prácticos
2. Herramientas del Marketing Automation
3. Publicidad y promoción automatizada
4. La automatización de la relación con el cliente
5. Gestión de datos y análisis en el Marketing Automation

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIA DE AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING

1. Elementos de la automatización del marketing: Journey Builder, CRM
2. Funnel de Ventas y Omnichannel en Marketing Automation
3. Diseño del plan de Automatización (I): Identificación de tareas
4. Diseño del plan de Automatización (II): Selección de herramientas y Métricas de evaluación de la eficacia

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLANIFICACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE EMAIL MARKETING

1. Antes de empezar
2. Fases de una campaña de email marketing
3. Objetivo de la campaña
4. Antes de la campaña
5. Las listas en Mailchimp
6. Las campañas en Mailchimp
7. Viralidad
8. Los resultados

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRINCIPALES ELEMENTOS Y TÉCNICAS DE DISEÑO PARA CREAR UN EMAIL EFECTIVO

1. Introducción
2. Frecuencia de los envíos
3. Diseño del email
4. Partes del mensaje de correo electrónico
5. Claves para diseñar una Newsletter efectiva

#### MÓDULO 8. OPTIMIZACIÓN DE LA TASA DE CONVERSIÓN

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUE ES EL CRO?

1. Conceptos fundamentales
2. Medir nuestro CRO
3. Fases del CRO
4. Herramientas CRO
5. CRO y SEO

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. MEJORA DE CONVERSIÓN SEGÚN EL NEGOCIO DIGITAL

1. Modelo de negocio Peer To Peer
2. Código Abierto
3. Freemiun
4. Suscripción

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLANTEANDO EL PROYECTO CRO

1. Fases del proyecto
2. Elementos del proyecto
3. Ejecutando el proyecto

##### UNIDAD DIDÁCTICA 4. OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y KPIS

1. Principales objetivos CRO
2. Estrategias a seguir
3. Metricas y KPI

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. ELEMENTOS PRINCIPALES A OPTIMIZAR

1. Conocer a tus potenciales clientes
2. Identificar obstaculos
3. Rendimiento de la web
4. Interaccion con el usuario
5. Carrito de la compra
6. Version movil

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONFIGURAR OBJETIVOS (URL DE DESTINO)

1. ¿Que es una URL de destino?
2. Estrategias a seguir
3. Sacando el maximo provecho a nuestra URL destino y nuestras keyword
4. Buenas practicas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. NEUROMARKETING APLICADO A CRO

1. ¿Que es el neuromarketing?
2. Tecnicas de neuromarketing
3. Implentando el neuromarketing en nuestro negocio
4. Tecnicas utiles de neuromarketing

#### MÓDULO 9. APLICANDO CRO. CONVERSION RATE OPTIMIZATION

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EXPERIENCIA DE USUARIO -UX

1. Definición
2. Principios de experiencia de usuario
3. Experiencia de usuario y dispositivos
4. Métricas y KPI´s
5. Proceso de diseño UX
6. Tendencias en UX

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EXPERIENCIA DIGITAL Y EXPERIENCIA DEL USUARIO

1. Monitorización de la experiencia digital del cliente
2. El marketing online
3. Social media marketing

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONVERSION RATE OPTIMIZATION

1. Introduccion a Conversion Rate Optimization
2. Tu primer funnel
3. Determina una hipotesis, experimentacion y prorizacion de metricas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASE DE CONVERSION

1. Formularios
2. Call to action
3. Landing Pages

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS Y OPTIMIZACIÓN DEL FUNNEL DE CONVERSIÓN

1. Medición de la conversión
2. Mejora de la conversión
3. Herramientas CRO y Testing
4. Análisis Cross-Channel Marketing

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LANDING PAGE OPTIMIZATION

1. Diseño
2. Mensajes
3. Formulario
4. Información
5. Reclamo
6. Páginas responsive
7. SEO

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. SEO Y COPYWRITING

1. Fundamentos SEO
2. Estrategias de Copywriting para SEO
3. Claves principales para una estrategia de SEO-Copywriting

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. COPYWRITING APLICADO

1. Introducción
2. Conectar con la audiencia
3. Principales Técnicas
4. Apartado "Sobre mí"

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. GOOGLE ANALYTICS

1. ¿Qué es Google Analytics?
2. Introducción a la analítica web
3. ¿Cómo funciona Google Analytics?
4. Cookies
5. Introducción a JavaScript
6. Principios de Google Analytics
7. ¿Qué es el porcentaje de rebote?
8. Página de destino
9. Conversiones
10. Objetivos
11. Eventos
12. Porcentaje de abandono

13. Visita/usuario único
14. Iniciar sesión en Google Analytics
15. Incorporar código de de seguimiento de Google Analytics en el sitio web
16. Verificar que Google Analytics recibe datos
17. Cambiar configuraciones de la cuenta de Google Analytics
18. Gestión de usuarios
19. Eliminar cuenta de Google Analytics
20. Cambiar configuraciones de la interfaz de Google Analytics (Idioma)

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. HERRAMIENTAS PARA CRO

1. Tipos de herramientas para optimizar CRO
2. Google tag manager
3. PageSpeed Insights de Google
4. Adobe Target
5. AB Testing
6. Optimizely

#### UNIDAD DIDÁCTICA 11. ANÁLISIS Y OPTIMIZACIÓN PARA UX

1. SEO: claves de posicionamiento en buscadores para UX
2. Analítica web: herramientas, métricas, embudos, definición de KPIs y testing
3. Optimización: acciones enfocadas a la mejora de la conversión. Auditoria UX / UX CRO
4. Principios universales de diseño aplicados a conversión. Capa higiénica. Best practices
5. Best practices CRO según contexto de diseño. Dark patterns. Valoración del status CRO de un proyecto

#### MÓDULO 10. PRODUCT DESIGNER Y USER EXPERIENCE (UX)

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

1. La usabilidad Conceptos clave
2. Atributos
3. Complejidad e importancia de la usabilidad
4. Usabilidad aplicada a un proyecto
5. Mejoras de la usabilidad al producto final
6. Procesos y herramientas

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIA DE MARCA (BRANDING-REPUTACIÓN ONLINE)

1. ¿Qué es una marca?
2. Branding
3. Estado de la marca: Imagen, posicionamiento, reputación y territorio
4. Técnicas de branding e identidad corporativa
5. Branding en la red: uso de Internet y redes sociales
6. Tendencias
7. La importancia de la reputación online
8. Situación de partida
9. Creación de la reputación online

10. Plan de gestión de crisis
11. Análisis de la reputación online
12. Conclusión

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EXPERIENCIA DE USUARIO -UX

1. Definición
2. Principios de experiencia de usuario
3. Experiencia de usuario y dispositivos
4. Métricas y KPI's
5. Proceso de diseño UX
6. Tendencias en UX

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. CUSTOMER JOURNEY Y BUYER PERSONA

1. Introducción al customer journey
2. Fases de la experiencia de cliente
3. Propuestas de mejora
4. Herramientas para crear un Customer Journey
5. Tendencias
6. Introducción al Buyer persona
7. Cómo crear tu Buyer Persona
8. Herramientas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. ENTORNO MOBILE

1. Importancia del Mobile Marketing
2. Estrategia Mobile Marketing
3. Social Mobile Marketing
4. Tipos de aplicaciones
5. Mcommerce

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO

1. Orientaciones de diseño web y dispositivos
2. Fundamentos de diseño centrado en el usuario

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. FORMAS DE ENFOCAR LA USABILIDAD

1. Complejidad transdisciplinar
2. Pirámide de prioridades de la usabilidad
3. Proceso general
4. El ciclo diseño-investigación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTERFAZ DE USUARIO -UI

1. Elementos de la interfaz
2. Diseño basado en las percepciones
3. Fundamentos del diseño de interacción
4. Moodboards

5. Qué es el IxD

UNIDAD DIDÁCTICA 9. IMPLEMENTACIÓN Y OPTIMIZACIÓN

1. Implementar desde el punto de vista de la usabilidad
2. Conseguir resultados reales
3. Optimización web desde la usabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EQUIPOS DE USABILIDAD

1. ¿Qué son?
2. Trabajo multidisciplinar y multitarea
3. Métodos de trabajo del equipo

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ROLES

1. Diversidad de roles y funciones
2. UX Researcher
3. UX Writer
4. UI/UX Prototyping Developer
5. Web Developer
6. Interaction Designer
7. Visual Designer
8. Motion Designer

