

Máster en Optimización de Conversión



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 Optimización de Conversión



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación de Máster en Optimización de Conversión 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



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX/XXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con Extranjería, Categoría Profesional del Consejo Profesional y Social de la IBERECO (Bom. Resolución 6046)

Descripción

En la era digital actual, la capacidad de transformar visitantes en clientes es crucial para el éxito de cualquier negocio en línea. El Máster en Optimización de Conversión se posiciona como una respuesta a la creciente demanda de expertos en esta área en auge. Este programa te proporciona las habilidades necesarias para maximizar la eficacia de las estrategias digitales. Aprenderás a analizar y optimizar el funnel de conversión, mejorar la experiencia del usuario y aplicar técnicas de neuromarketing para influir en el comportamiento del consumidor. Con un enfoque integral que abarca desde el diseño UX hasta el uso avanzado de herramientas como Google Analytics, el máster está diseñado para proporcionarte una ventaja competitiva en el mercado laboral. Al ser completamente en línea, podrás adquirir estos conocimientos de manera flexible y adaptada a tus necesidades, posicionándote como un experto en un sector dinámico y en constante evolución.

Objetivos

'- Analizar la tasa de conversión para una mejora continua. - Identificar y definir los KPIs clave para el CRO. - Aplicar técnicas de neuromarketing a estrategias CRO. - Diseñar experiencias de usuario óptimas para conversiones. - Implementar mejoras en landing pages para incrementar conversiones. - Utilizar Google Analytics para optimizar el funnel de ventas. - Crear prototipos efectivos para evaluar la experiencia digital.

Para qué te prepara

El Máster en Optimización de Conversión está diseñado para profesionales del marketing digital, UX/UI, analistas de datos y gestores de proyectos digitales que desean profundizar en técnicas avanzadas de CRO. Ideal para quienes buscan mejorar la experiencia del usuario y maximizar la eficiencia de las conversiones mediante estrategias de neuromarketing, análisis de funnels y diseño web optimizado.

A quién va dirigido

El Máster en Optimización de Conversión te capacitará para diseñar estrategias efectivas en el entorno digital, mejorando la tasa de conversión de cualquier negocio. Aprenderás a analizar y optimizar el funnel de conversión, crear páginas de destino eficaces y aplicar técnicas de neuromarketing. Además, desarrollarás habilidades en SEO, copywriting y uso de herramientas analíticas como Google Analytics. Dominarás el diseño UX y UI, asegurando experiencias de usuario óptimas y accesibles.

Salidas laborales

' - Especialista en optimización de conversión para e-commerce - Consultor de experiencia de usuario (UX) - Analista de datos para mejorar la tasa de conversión - Diseñador de interfaces con foco en CRO - Estratega digital en marketing y neuromarketing - Desarrollador de landing pages optimizadas - Experto en pruebas A/B y multivariantes - Gestor de proyectos CRO en agencias digitales

TEMARIO

MÓDULO 1. 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. Freemium
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. Métricas y KPI

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ELEMENTOS PRINCIPALES A OPTIMIZAR

1. Conocer a tus potenciales clientes
2. Identificar obstáculos
3. Rendimiento de la web
4. Interacción con el usuario
5. Carrito de la compra
6. Versión móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONFIGURAR OBJETIVOS (URL DE DESTINO)

1. ¿Qué es una URL de destino?
2. Estrategias a seguir
3. Sacando el máximo provecho a nuestra URL destino y nuestras keywords
4. Buenas prácticas

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 2. 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 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 3. PLANTEAMIENTO DE UN PROYECTO EN CRO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANTEAMIENTO INICIAL

1. El papel de la usabilidad en un proyecto
2. Trabajando con un método
3. Gestión de proyectos CRO
4. El método científico: establecimiento de hipótesis y objetivos
5. Técnicas de análisis cuantitativo y cualitativo
6. Localización de ineficiencias y desarrollo de hipótesis

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MÉTODOS DE TRABAJO

1. Design Thinking
2. Design Sprints
3. Metodologías de gestión de proyectos CRO
4. Agile
5. Creación y gestión de backlog
6. Despliegue de proyecto y acciones
7. Gestión y resolución de incidencias en un proyecto CRO
8. Presentación de resultados y entregables CRO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE REQUERIMIENTOS

1. Categorías
2. Requerimientos específicos
3. Diseño de objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROTOTIPOS CONCEPTUALES

1. Modelos mentales
2. Modelos conceptuales
3. Mapas de procesos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

1. Plan de comunicación
2. Sistemas de navegación
3. Sistemas de organización: Jerarquías de la información
4. Etiquetas y destacados
5. Sistemas de búsqueda
6. Formas de representación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LOS USUARIOS

1. Tipos de usuarios
2. Percepción visual
3. Intuición digital
4. La atención de los usuarios
5. Hábitos de los usuarios
6. Definición del usuario principal y los secundarios
7. Personas
8. Variables culturales a tener en cuenta

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA ACCESIBILIDAD

1. Definición e importancia
2. Usuarios con discapacidad
3. Problemas de visión
4. Daltonismo
5. Ceguera
6. Sordera y dificultades de audición
7. Epilepsia
8. Dislexia
9. Pautas de accesibilidad
10. Accesibilidad desde dispositivos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL CONTENIDO

1. Definición
2. Tipos de contenido
3. Diseño del contenido
4. Legibilidad
5. Contenido accesible
6. Usabilidad vs Diseño
7. Diseño vs Contenido

MÓDULO 4. PROTOTIPADO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS CLAVE

1. ¿Qué es el método científico? Cómo establecer objetivos e hipótesis
2. Localización de ineficiencias y desarrollo de hipótesis
3. Diferencia entre métodos cualitativos y cuantitativos
4. Diseño de interacción
5. Principios y leyes en diseño de interacción.
6. Buenas prácticas en interacción.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROTOTIPADO

1. ¿Qué es un prototipo?
2. Aplicaciones de los prototipos
3. Ventajas y recomendaciones
4. Elegir el adecuado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MÉTODOS DE PROTOTIPADO

1. Prototipo de papel
2. Sketch
3. Storyboard
4. Wireframes
5. Prototipado con Axure
6. Diseño para móviles

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MAPAS DE NAVEGACIÓN

1. ¿Qué es un mapa de navegación?
2. Utilidad
3. Limitaciones
4. Métodos de realización

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA INTERACCIÓN

1. Definición
2. Usos de la interacción
3. Interacción entre pantallas
4. Motion design
5. Diseñar la interacción

UNIDAD DIDÁCTICA 6. OTROS TIPOS DE REPRESENTACIONES

1. Mockup
2. Adobe XD
3. Invision
4. Flinto

MÓDULO 5. TESTEO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS PREVIO

1. ¿Qué es testear?
2. Usos y recomendaciones
3. ¿Qué queremos medir?
4. ¿Cómo podemos medirlo?

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN: INSPECCIÓN Y TEST

1. Definición y uso
2. Thinking Aloud
3. Cognitive Walkthrough

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REALIZACIÓN DE UN TEST HEURÍSTICO DE USABILIDAD WEB

1. Instrucciones
2. Bloque Preguntas I

3. Bloque Respuestas I
4. Bloque Preguntas II
5. Bloque Respuestas II
6. Bloque Preguntas III
7. Bloque Respuestas III
8. Bloque Preguntas IV
9. Bloque Respuestas IV

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EVALUACIÓN CON USUARIOS

1. Definición
2. Consideraciones y requerimientos previos
3. Técnicas de aproximación al contexto
4. Técnica del Focus Group

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REALIZACIÓN DE UN TEST DE USABILIDAD PRÁCTICO SENCILLO

1. Introducción
2. Creación de un test
3. Realización del Test por parte de los usuarios
4. Evaluación de los resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 6. REALIZACIÓN DE UN TEST DE USABILIDAD PRÁCTICO COMPLETO (USABILITYHUB)

1. Introducción
2. Registro en Usabilidad
3. Diseño de tests

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MÉTODOS DE EVALUACIÓN: ACCESIBILIDAD Y NAVEGABILIDAD

1. Comprobando la accesibilidad
2. Navegabilidad: Tree testing

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EYE TRACKING

1. Definición
2. Orígenes del eye tracking
3. Campos de investigación
4. Métricas en eye tracking
5. Representación de los datos
6. Combinación de eye tracking y expresiones faciales
7. Entorno ideal para las pruebas de Eye Tracking

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ANALIZAR LOS RESULTADOS

1. Métricas y estadísticas de usabilidad
2. Combatir los mitos sobre el testeo de usabilidad
3. Técnicas de interpretación de resultados
4. Identificación de problemas

5. Métodos de corrección

MÓDULO 6. ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN, UX WRITING Y DISEÑO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN: LA BASE DEL ÉXITO PARA TU PROYECTO

1. Introducción a la arquitectura de la información
2. Principios básicos de la Arquitectura de la Información
3. Sistema de organización, etiquetado, navegación y búsqueda en la Arquitectura de la Información

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DE LA ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

1. Diagramas de flujo en la Arquitectura de la información
2. Wireframe, técnicas y procesos
3. Iniciación a la presentación de prototipos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRIMEROS PASOS EN EL DISEÑO DE EXPERIENCIA DE USUARIO. UX

1. La usabilidad
2. Qué es UI vs UX - Interfaz de Usuario vs Experiencia de usuario
3. Breve historia de la usabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL DISEÑO DE EXPERIENCIA DE USUARIO AL DETALLE

1. Atributos de la usabilidad
2. Principios de accesibilidad y heurística
3. Procesos y herramientas de UX
4. Etapas del diseño UX

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PAPEL PROFESIONAL DEL DISEÑO DE EXPERIENCIA DE USUARIO

1. El papel del diseñador UX en el proceso de creación
2. El perfil profesional del diseñador UX
3. Otros roles dentro del diseño de experiencia de usuario

UNIDAD DIDÁCTICA 6. UX WRITING: CONTENIDO CENTRADO EN EL USUARIO

1. ¿Qué es el UX Writing? Diseña mensajes que conecten con los usuarios
2. Diferencias entre UX Writing y Copywriting
3. ¿Dónde trabaja el UX Writer?
4. Valores del UX Writer. Claridad, precisión y utilidad
5. Tipos de textos en los que puedes aplicar el UX Writing

UNIDAD DIDÁCTICA 7. UX WRITING APLICADO A UN PROYECTO REAL

1. Claves para analizar el UX Writing de un proyecto digital
2. Análisis del UX Writing en un producto de éxito
3. Ejemplos de las mejores técnicas de UX Writing

4. Consejos para evitar los errores mas comunes en UX Writing

MÓDULO 7. DISEÑO WEB Y USABILIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DISEÑO WEB

1. Breve historia del diseño
2. Comunicación y publicidad
3. Teoría de la percepción
4. Elementos básicos que intervienen en el diseño
5. La composición
6. Fases del diseño
7. Diseño digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELEMENTOS BÁSICOS PARA EL DISEÑO WEB

1. Tipografía
2. Color
3. Iconos
4. Formas
5. Imágenes
6. Contenido audiovisual
7. Efectos (sombras, D, flat y otros)

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAYOUT

1. ¿Qué es el Layuot?
2. Rejilla
3. Composición
4. Elementos
5. Espacios vacíos
6. Coherencia y consistencia

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROCESO

1. Introducción al proceso de diseño web
2. Aproximación e Investigación inicial
3. Idear
4. Bocetos
5. Arquitectura de la información
6. Card Storing
7. User flow o diagrama de flujo de usuario
8. Wireframing
9. Prototipado
10. Planificación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DIRECTRICES Y TENDENCIAS DIGITALES

1. Guías de estilo
2. Ventajas y Desventajas

3. Apple IOS Human Interface Guidelines
4. Google Material Design
5. Tendencias digitales
6. Tendencias del diseño UX/UI

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DISEÑO EN DISPOSITIVOS

1. Patrones de diseño y navegación
2. Especificaciones para móviles
3. Sitios, sitios par amóviles y apps
4. Diseñar para pantallas pequeñas
5. El tiempo de respuesta y carga
6. Tablets y E-Readers

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LENGUAJE HTML

1. Textos en HTML
2. Enlaces
3. Listas en HTML
4. Imágenes y Objetos
5. Tablas
6. Formularios
7. Marcos
8. Estructuras y layout
9. Otras etiquetas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. WIREFRAMES Y PROTOTIPOS

1. ¿Qué son los wireframes?
2. Objetivos del wireframe
3. Relación con la UI
4. Clasificación de los wireframes
5. Arquitectura de la información
6. Wireframe para una app

MÓDULO 8. DISEÑO UI CON FIGMA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRIMEROS PASOS EN FIGMA

1. Introducción
2. Descarga y creación de una cuenta
3. Entorno de trabajo
4. El menú principal
5. Ejercicios

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS BÁSICAS

1. Mover y Escalar
2. Frames y slices
3. Dibujar vectores

4. Herramientas de texto
5. La herramienta Mano
6. Comentarios en Figma
7. Ejercicios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HERRAMIENTAS CONTEXTUALES

1. Editar objetos
2. Crear un componente de Figma
3. Crear máscaras en Figma
4. Crear un link con Figma
5. Operaciones booleanas
6. Otras herramientas
7. Ejercicios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TRABAJO COLABORATIVO CON FIGMA

1. Funcionamiento
2. Añadir colaboradores
3. Ver y responder comentarios
4. Bibliotecas de componentes
5. Ejercicios

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CREACIÓN DE SISTEMAS DE DISEÑO

1. Creación y gestión
2. Estilos en un sistema de diseño
3. Componentes en un sistema de diseño
4. Ejemplos del sistema de diseño
5. Ejercicios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PLUGING DE FIGMA

1. Añadir plugins a Figma
2. Plugging recomendados

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ANIMACIONES E INTERACCIONES

1. Creación de interacciones
2. Creación de animaciones sencillas
3. Manejo de interacciones disponibles
4. Ejercicios

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PRESENTACIÓN Y EXPORTACIÓN

1. Crear presentación en Figma
2. Exportar archivos
3. Compartir el link de vista previa
4. Ejercicios

MÓDULO 9. EL CONSUMIDOR, PSICOLOGÍA Y OTRAS DISCIPLINAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NEUROMARKETING APLICADO A CRO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. A/B MULTIVARIANTE TESTING

1. Las landing pages
2. Cómo llevamos a cabo un «experimento»
3. Cómo funciona el a/b testing
4. Definición de experimentos
5. Implementación
6. Herramientas
7. Implementación de tests con Google Optimize
8. Errores a evitar

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SESGOS Y EFECTOS EN EL CONSUMIDOR

1. Las emociones en el usuario,
2. Qué son los sesgos cognitivos
3. Sesgo por efecto Google
4. Efecto Halo
5. Otros sesgos y efectos psicológicos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE OPTIMIZACIÓN

1. Mapas de calor y scroll
2. Session recordings
3. Voice of customer
4. Personalización

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BIG DATA Y OTRAS TÉCNICAS AVANZADAS APLICADAS A CRO

1. Introducción
2. Machine Learning
3. Deep Learning
4. Inteligencia artificial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. OTRAS DISCIPLINAS

1. Diseño de Productos, de Servicios y de Negocios.
2. Diseño de Futuros.
3. Narrativa UX .
4. UX Bots.
5. UX en Realidad Extendida

