

FACULTAD/ESCUELA DE CIENCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES

Información de la asignatura

Nombre de la asignatura	Laboratorio transmedia y multiplataforma II
Código de la asignatura	35018 - COM
Periodo Académico	202320
Nrc	12008
Grupo	001
Programas/Semestres	COM 08
Intensidad horaria	4
Intensidad Semanal	4
Créditos	3
Docente(s)	Mayerling Grijalba Grijalba

Introducción o presentación general del curso

¿Sabías que desde las humanidades puedes ser parte de la industria tecnológica?

En este curso “Laboratorio transmedia y multiplataforma II”, (Fundamentos UX para las humanidades. Creando experiencias desde la industria tecnológica) conocerás y desarrollarás tus habilidades prácticas y creativas en técnicas e instrumentos de investigación, para analizar de manera crítica y empática, cómo el contexto de las personas y comunidades, impacta en la experiencia de uso en un producto digital y cómo estas influyen en sus siguientes iteraciones. Se abordarán dinámicas y casos reales que enfrentan los diseñadores de experiencia de usuario en su día a día en la industria tecnológica.

Desde la observación del usuario en su territorio y en su vida cotidiana y entendiendo las necesidades del negocio, podrás al final, diseñar la experiencia de una EMA, (Experiencia mínima Amada) de un producto digital desde un MVP, (Producto mínimo viable) y lo podrás presentar a un grupo de expertos que actualmente trabajan en la industria tech en Colombia y en Latinoamérica.

Formación en competencias

En el curso “Laboratorio transmedia y multiplataforma II”, (Fundamentos UX para las humanidades. Creando experiencias desde la industria tecnológica), se fortalecerán las competencias "Creatividad narrativa, tecnológica y relacional", "Perspectiva multiplataforma" y "Comunicación estratégica" del Programa de Comunicación.

Objetivo general de aprendizaje

Al finalizar el curso, las y los estudiantes estarán en capacidad de diseñar una experiencia de un producto digital, creándolo desde la mirada de las Humanidades, especialmente de la Comunicación, a partir de la investigación y la postura crítica en las dinámicas de los entornos digitales.

Objetivos terminales - Resultados de aprendizajes

Resultado de aprendizaje del curso o asignatura	Competencia en formación	Resultado de aprendizaje de la competencia de egreso al que se contribuye
Conocer cómo las Humanidades, especialmente la Comunicación, puede incorporarse en diferentes roles	Creatividad narrativa, tecnológica y relacional	null
Entender qué es UX, los principios del buen diseño, qué es usabilidad y cómo empatizar con las y los	Comunicación estratégica	null
Conocer las principales metodologías de investigación de usuario, cómo y por qué usarlas desde el us	Comunicación estratégica	null
Aplicar diferentes procesos para el diseño de un producto digital, desde un boceto físico en el pape	Perspectiva multiplataforma	null
Realizar pruebas de usabilidad, con diferentes herramientas teniendo en cuenta cómo los hallazgos in	Comunicación estratégica	null
Crear un caso de estudio teniendo en cuenta las características de un proyecto real.	Perspectiva multiplataforma	null

Unidades de aprendizaje

Unidad de aprendizaje #1

Introducción: Qué es esto del UX, con qué se come y cómo voy yo ahí

1.1 Introducción al UX: Qué es el diseño de experiencia centrado en el usuario. Proceso y metodologías

1.2 Conozcamos los roles en la industria tech y cómo desde las Humanidades puedo vincularme

1.3 Diseñar desde la escritura para productos digitales: UX Writer o diseño de narrativas

1.4 Exploremos un producto digital y hablemos de la experiencia

1.5 Principios de Usabilidad y Accesibilidad: El producto digital que le hace la vida fácil a las personas usuarias y es accesible

1.6 Principios de Gestalt y leyes del Diseño de Experiencia de Usuario (UX)

1.7 Empatizar con las y los usuarios para entender sus necesidades desde la metodología de Design Thinking

1.8 Pensamiento crítico digital

Reto de la unidad: Ejercicio práctico de observación de un producto digital para crear una experiencia en el transcurso del curso.

Objetivo específico de aprendizaje de la Unidad de aprendizaje: Al finalizar esta unidad las y los estudiantes podrán entender qué es UX, conocer los principios del buen diseño, qué es usabilidad y cómo empatizar con las y los usuarios de un producto digital.

Unidad de aprendizaje #2

Investigación: Diseño de experiencias digitales desde la mirada de las humanidades en la vida análoga

2.1 Entendimiento del problema: Investigación de las necesidades de la organización y qué va a resolver el producto digital

2.2 Métodos de investigación en diseño experiencia de usuario

2.3 Investigación de usuarios: Entrevistas y encuestas

2.4 Benchmark o Análisis de competencia

2.5 Cómo construyo un User Persona

2.6 Los pasos que debe hacer un usuario para lograr un objetivo (Flujo de usuario)

2.7 Pensamiento crítico digital

Reto de la unidad: Ejercicio práctico de investigación de dos productos similares al producto digital elegido en la unidad 1 y crear un User Persona.

Objetivo específico de aprendizaje de la Unidad de aprendizaje: Al finalizar esta unidad las y los estudiantes conocerán las principales metodologías de investigación de usuarios, cómo y por qué usarlas, además desarrollarán user-personas, user-journey y benchmark de competidores.

Unidad de aprendizaje #3

Desarrollar: Manos a la obra

3.1 Arquitectura de información: Qué es y qué le aporta a un producto digital

3.2 bocetando desde el papel. Tipos de Wireframes y prototipos y su uso en los diferentes procesos.

3.3 Creación de Wireframes básicos en Figma

3.4 Testeo de la experiencia en usuarios

3.5 Recopilación de hallazgos del proceso de las pruebas de usabilidad

3.6 Analizar la data y generar conclusiones de los hallazgos

3.7 Cómo presentar tu propuesta a tu equipo o clientes

3.8 Pensamiento crítico digital

Reto de la unidad: Ejercicio práctico de crear una presentación donde muestres tu propuesta a tus stakeholders. Se entregará template de cómo hacer la presentación.

Presentación del proyecto final: Presentación online de los proyectos con un grupo de expertos que trabajan en tecnología.

Objetivo específico de aprendizaje de la Unidad de aprendizaje: Al finalizar esta unidad las y los estudiantes aplicarán los diferentes procesos para el diseño de un producto digital, desde la visión de un boceto físico hasta un prototipo de mediana definición y el proceso de entrega final con equipos reales.

Metodologías de aprendizajes

El curso tendrá una dinámica teórica práctica experiencial y experimental, desde el pensamiento crítico y el aprendizaje colaborativo con el 70% de clases presenciales y 30% de clases virtuales.

Evaluación de aprendizajes

Código evaluación	Mecanismo o actividad evaluativa	Porcentaje de la nota final	Relación con objetivos terminales - resultado de aprendizaje del curso	Relación con el resultado de aprendizaje de la competencia de egreso
Entrega I	Entrega I	30	Observación de un producto digital desde una visión del diseño de experiencias en productos digitales	N/A
Entrega II	Entrega II	30	Investigación desde la dinámica del análisis de las y los usuarios de un producto digital y de la competencia	N/A
EntregaIII	EntregaIII	40	Presentación en público de propuesta de diseño de una experiencia	N/A

Recursos de apoyo

Artigas, Samuel Gimeno (2017). La economía conductual aplicada al diseño

Binima Blog (2020). Principios de la Gestalt aplicados al diseño UX

Blubber Blog (2018). Logotipos y las Leyes de la Gestalt.

Angulo, Mauricio (2019). Tiempo de carga en la experiencia del usuario

Imaginane Blog (2016). Cómo hacer que tus usuarios disfruten la espera

Cimino, L.. (2020). Heurísticas de Nielsen: ¿Cómo medimos la usabilidad de nuestros

productos?. 2022, junio 10, de IDA Blog
Documental Coded bias - Shalini Kantayya, Netflix