

PROGRAMA DE ASIGNATURA
MÉTRICAS DIGITALES Y EXPERIENCIA DE USUARIO

A. Antecedentes Generales

1. Unidad académica	Facultad de Comunicaciones					
2. Carrera	Periodismo y Comunicación					
3. Código del ramo	PEC093					
4. Ubicación en la malla	Tercer Año / Sexto Semestre					
5. Créditos	UDD	8	SCT	5		
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	x	Electivo		Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	x	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	1	Clases Prácticas	1	Ayudantía	1
9. Horas académicas	Clases	68	Ayudantía			34
10. Pre-requisito	No tiene					

B. Aporte al Perfil de Egreso

Este curso permite al estudiante integrar los fundamentos del diseño de experiencias de usuario con el análisis de métricas digitales, desarrollando una mirada crítica sobre cómo se construyen y evalúan los entornos digitales en medios y organizaciones.

A través del prototipado, la construcción de interfaces digitales y el uso de herramientas de analítica, el estudiante adquiere competencias para diseñar, construir y optimizar productos comunicacionales digitales tomando decisiones informadas basadas en datos.

Al ubicarse en el ciclo de Licenciatura, el trabajo académico se alinea con dicho nivel y es coherente con el perfil de egreso. Los conocimientos del curso contribuyen al logro del perfil UDD, pues prepara a los estudiantes para enfrentar los desafíos del entorno digital, diseñando experiencias centradas en el usuario y evaluando su impacto a través del análisis de datos, en continuidad con los aprendizajes de Tendencias y Audiencias Digitales.

Esta asignatura contribuye a la formación de las Competencias Genéricas UDD: Comunicación, Innovación y Transformación Digital, y al desarrollo de la Competencia Específica de la carrera de Periodismo y Comunicación: Adaptación y capacidad de interpretar el entorno.

C. Competencias y Resultados de Aprendizaje que desarrolla la Asignatura

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
Comunicación	Comunica decisiones de diseño y hallazgos analíticos de manera clara y fundamentada, utilizando datos para respaldar propuestas de mejora en productos comunicacionales digitales.
Innovación	
Transformación Digital	
Competencias Específicas	
Adaptación y capacidad de interpretar el entorno	Construye interfaces digitales coherentes con las necesidades del usuario, integrando fundamentos visuales, <i>wireframing</i> y prototipado en respuesta a desafíos comunicacionales concretos. Diseña experiencias de usuario fundamentadas en investigación, aplicando principios de usabilidad y accesibilidad en contextos comunicacionales digitales. Interpreta datos analíticos para optimizar productos comunicacionales digitales, utilizando herramientas y <i>dashboards</i> para la toma de decisiones informadas.

D. Unidades de Contenido y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
1 El usuario y su experiencia (UX) 1.1 Introducción al diseño centrado en el usuario. 1.2 Comportamiento del usuario en entornos digitales. 1.3 Investigación de usuarios: métodos y herramientas. 1.4 Arquitectura de la información. 1.5 Principios de usabilidad y accesibilidad.	<i>Comunicación</i> <i>Transformación Digital</i> <i>Adaptación y capacidad de interpretar el entorno</i>	Caracteriza el comportamiento del usuario en entornos digitales aplicando métodos de investigación para identificar necesidades y patrones de uso. Aplica principios de usabilidad y accesibilidad para evaluar y proponer mejoras en experiencias digitales existentes. Organiza la arquitectura de la información de un producto digital considerando las necesidades del usuario y el contexto comunicacional.

2. Diseño y construcción de la experiencia (UX/UI) 2.1. Fundamentos del diseño de interfaz visual. 2.2. Wireframing y diseño de baja fidelidad. 2.3. Diseño de interacción y prototipado. 2.4. Introducción a tecnologías emergentes en el diseño.	<i>Innovación</i> <i>Transformación Digital</i> <i>Adaptación y capacidad de interpretar el entorno</i>	Aplica fundamentos del diseño visual para construir interfaces digitales coherentes y funcionalmente adecuadas al contexto comunicacional. Diseña wireframes y prototipos que traducen las necesidades del usuario en soluciones de interfaz concretas y evaluables. Reconoce el impacto de las tecnologías emergentes en el diseño de experiencias digitales, identificando oportunidades para su aplicación en contextos comunicacionales.
3. Medición y optimización 3.1. Introducción a la analítica digital: contexto y propósito. 3.2. La nueva realidad de los datos en entornos digitales. 3.3. Tipos de análisis y métricas relevantes para comunicadores. 3.4. Herramientas y dashboards para la toma de decisiones. 3.5. Interpretación de datos para la optimización de experiencias digitales.	<i>Comunicación</i> <i>Adaptación y capacidad de interpretar el entorno</i>	Explica el rol de la analítica digital en el ecosistema comunicacional, identificando el contexto y propósito de la medición en organizaciones y medios. Selecciona métricas y tipos de análisis relevantes según los objetivos comunicacionales de un proyecto digital. Utiliza herramientas y dashboards para interpretar datos y tomar decisiones orientadas a la optimización de experiencias digitales.

E. Estrategias de Enseñanza

Las estrategias que se utilizarán para alcanzar los resultados de aprendizaje de este curso son las siguientes:

- Clases teóricas y prácticas donde los estudiantes aplican los contenidos trabajados mediante ejercicios individuales y en equipos, dentro y fuera del aula.
- Talleres de diseño y construcción de productos digitales, orientados al desarrollo progresivo de un proyecto semestral.
- Presentaciones individuales y/o grupales de avances y resultados del proyecto digital.
- Vinculación con la industria a través de la exposición y análisis de casos reales o instancias de simulación profesional que vinculan los contenidos del curso con el mundo laboral.

F. Estrategias de Evaluación

Se contemplan los siguientes instrumentos de evaluación:

- Certámenes, en los que se evaluará la aplicación de los contenidos teóricos y prácticos, a través del uso de diversos programas que el estudiante deberá dominar.
- Control de lectura y prueba de contenidos, correspondiente a alguno de los textos de la bibliografía obligatoria y de los contenidos de clases.
- Trabajos prácticos, individuales y grupales. En la evaluación se considerará, entre otros aspectos, el avance en clases y el respeto de los derechos de autor.
- Examen final.

G. Recursos de Aprendizaje

Bibliografía Obligatoria:

- Krug, S. (2014). *Don't Make Me Think*. New Riders. Texto completo: https://dn790002.ca.archive.org/0/items/SteveKrugDontMakeMeThink/Steve_Krug_Don%E2%80%99t_Make_Me_Think%2C.pdf
- Muñoz, G. (2011). *El arte de medir: Manual de Analítica Web*. Barcelona, España: Profit Editorial. También disponible en: <https://es.scribd.com/document/730691319/El-Arte-de-Medir>
- Arriagada, G. Los sesgos del algoritmo: La importancia de diseñar una inteligencia artificial ética e inclusiva. Edición Kindle
- Norman, D. (2013). *The Design of Everyday Things*. Basic Books. Texto completo: <https://dl.icdst.org/pdfs/files4/4bb8d08a9b309df7d86e62ec4056ceef.pdf>

Bibliografía Complementaria:

- Garrett, J.J. (2011). *The Elements of User Experience*. New Riders. Texto completo: <https://ptgmedia.pearsoncmg.com/images/9780321683687/samplepages/0321683684.pdf>
- Nielsen, J. & Loranger, H. (2006). *Prioritizing Web Usability*. New Riders. Texto completo: https://ptgmedia.pearsoncmg.com/images/9780321350312/samplechapter/0321350316_Ch04.pdf
- Google Analytics Academy. Cursos de Analytics. Material en constante actualización: <https://analytics.google.com/analytics/academy/>
- Meta Blueprint. Material en constante actualización: <https://www.facebook.com/business/learn>