

TALLER DE UX RESEARCH: INVESTIGACIÓN Y EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE USUARIO

Versión en línea

Nota: Este curso es en la modalidad en línea a través de la herramienta Zoom. Se requiere que el participante cuente con computadora, laptop, tablet, teléfono inteligente o cualquier otro dispositivo que permita reproducir audio y video y una buena conexión a internet.

Las clases serán en tiempo real en los días y horario publicados. Las sesiones no serán grabadas y el participante sólo tendrá acceso a las sesiones del curso en el grupo al cual se haya inscrito.

EXPOSITOR

Víctor M. González

Es doctor en Information and Computer Science y maestro en Information and Computer Science por la Universidad de California en Irvine, maestro en Telecommunications and Information Systems por la Universidad de Essex, e ingeniero en Electrónica y Comunicaciones por el Instituto Tecnológico de Monterrey. Cuenta con certificaciones en métodos ágiles como ScrumMaster y Scrum Product Owner (Scrum Alliance). Es consultor y experto internacional en interacción humano-computadora y en el diseño de experiencias de usuario óptimas para productos interactivos digitales. Es profesor del Departamento de Ciencias de la Computación en el ITAM y enseña innovación, pensamiento de diseño, diseño de productos y gestión estratégica de tecnología. Es fundador y director de Sperientia [studio + lab]. Ha participado en los programas Innovation Master Series y Strategic Innovation de la d-School de la Universidad de Stanford (origen del Design Thinking).

DESCRIPCIÓN DETALLADA

Este curso ofrece una formación amplia y detallada de los participantes para que diseñen esquemas como investigadores y evaluadores de la experiencia de usuario (UX – User Experience) de productos y servicios digitales (por ejemplo, aplicaciones web y móviles, electrónica de consumo, pantallas públicas de información y otros). El curso forma a los participantes como investigadores y evaluadores de experiencia de usuario (UX Researchers) al dotar a los participantes de una visión holística de los métodos de descubrimiento y análisis de datos. La enseñanza se centra en entender el origen y valor de los métodos, su contraste con otros métodos y las formas más prácticas de aplicarlos en el contexto del diseño de productos digitales. Se explica por qué optar por un método o estrategia de análisis en particular. Se muestran en un escenario amplio los métodos para la evaluación cualitativa y cuantitativa. Se presentan los esquemas de evaluación que permiten generar métricas y fijar puntos de comparación de la experiencia de usuario con un producto digital. Se establece la estrategia para aplicar pruebas presenciales con usuarios, pruebas remotas con herramientas digitales y combinaciones con analíticos, grupos de enfoque y encuestas. En la enseñanza se recalca el diseño de investigación que

define la estrategia para la selección de métodos, dependiendo de los objetivos del proyecto.

DIRIGIDO A

Profesionistas del desarrollo de aplicaciones de *software*, arquitectos de información, diseñadores gráficos, directores de proyectos, gerentes de mercadotecnia y otros profesionales interesados en el tema.

TEMARIO

- Líneas generales de definición de los métodos de investigación y generación de conocimiento.
- Métodos de investigación de campo: observación sistemática, entrevista a profundidad, indagación contextual, estudios con diarios, investigación de guerrilla, encuestas.
- Métodos de validación de prototipos y soluciones: pruebas de usabilidad, pruebas de contenido, ordenación de tarjetas, validación de la arquitectura de información.
- Análisis de datos cualitativos con comparación sistemática y modelado: análisis de contenido, diagramas de afinidad, teoría fundamentada.
- Aplicación de resultados a arquetipado de usuarios y clientes, *customer journeys*, escenarios, historias de usuario.
- Definiciones de usabilidad, experiencia de usuario, accesibilidad.
- Métodos de pruebas presenciales con usuarios.
- Métricas e instrumentos estandarizados para evaluación de la experiencia de usuario.
- Estudios controlados para evaluación con usuarios.
- Métodos y herramientas digitales para pruebas remotas con usuarios.
- Estrategias de combinación de evaluación de la experiencia de usuario con analíticas y otros métodos de evaluación.
- Análisis e interpretación de datos cuantitativos.
- Informe y presentación de los resultados para toma de decisiones y diseño de productos.
- Estrategia de posicionamiento de evaluación de la experiencia de usuario en el ciclo de vida de un producto digital.

DURACIÓN

30 horas