

Executive Master de CRO





Elige aprender en la escuela
Líder en formación para profesionales

ÍNDICE

1 | Somos INESEM

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por las
que elegir
Inesem

7 | Programa
Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

[Ver en la web](#)

SOMOS INESEM

INESEM es una **Business School online** especializada con un fuerte sentido transformacional. En un mundo cambiante donde la tecnología se desarrolla a un ritmo vertiginoso nosotros somos activos, evolucionamos y damos respuestas a estas situaciones.

Apostamos por **aplicar la innovación tecnológica a todos los niveles en los que se produce la transmisión de conocimiento**. Formamos a profesionales altamente capacitados para los trabajos más demandados en el mercado laboral; profesionales innovadores, emprendedores, analíticos, con habilidades directivas y con una capacidad de añadir valor, no solo a las empresas en las que estén trabajando, sino también a la sociedad. Y todo esto lo podemos realizar con una base sólida sostenida por nuestros objetivos y valores.

Más de
18
años de
experiencia

Más de
300k
estudiantes
formados

Más de un
90%
tasa de
empleabilidad

Hasta un
100%
de financiación

Hasta un
50%
de los estudiantes
repite

Hasta un
25%
de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



A way to learn, a way to grow
Elige Inesem



QS, sello de excelencia académica
Inesem: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE INESEM

INESEM Business School ha obtenido reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional debido a su firme compromiso con la innovación y el cambio.

Para evaluar su posición en estos rankings, se consideran diversos indicadores que incluyen la percepción online y offline, la excelencia de la institución, su compromiso social, su enfoque en la innovación educativa y el perfil de su personal académico.



Ver en la web

ALIANZAS Y ACREDITACIONES

Relaciones institucionales



Relaciones internacionales



Acreditaciones y Certificaciones



[Ver en la web](#)

BY EDUCA EDTECH

Inesem 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



[Ver en la web](#)



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.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR INESEM

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de 18 años de experiencia.
- ✓ Más de 300.000 alumnos ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ 25% de alumnos internacionales.
- ✓ 97% de satisfacción
- ✓ 100% lo recomiendan.
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Inesem.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Inesem cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología

100% ONLINE



Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.

APRENDIZAJE



Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva

EQUIPO DOCENTE



Inesem cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

[Ver en la web](#)

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por AENOR por la ISO 9001.



5. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial** y una **imprenta digital industrial**.

[Ver en la web](#)

Executive Master de CRO



DURACIÓN
1500 horas



MODALIDAD
ONLINE



ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO

Titulación

Titulación Expedida y Avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales. "Enseñanza No Oficial y No Conducente a la Obtención de un Título con Carácter Oficial o Certificado de Profesionalidad."



INESEM BUSINESS SCHOOL

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

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

NOMBRE DEL CURSO

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Inesem Business School.
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

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

NOMBRE ALUMNO/A
Firma del Alumno/a

NOMBRE DE ÁREA MANAGER
La Dirección Académica



Con Estatuto Consultivo, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNESCO (Nº resolución 4046)

[Ver en la web](#)

Descripción

Hoy día, estar presente en el mundo digital supone una ventaja competitiva en el mercado. Los beneficios de tener presencia en redes sociales, páginas web e internet en general, son múltiples. Con el Executive Master de CRO de INESEM, aprenderás a aumentar el impacto que tus sitios web tienen sobre tus usuarios, clientes y target en general, para lograr los objetivos planteados en el plan de marketing, mediante la mejora de la arquitectura y diseño web de sus activos digitales, de forma que aumentemos el número de conversiones y por tanto, más ventas. Aprende de la mano de expertos en el sector y conoce todo lo relativo a la analítica web para sacar el máximo rendimiento a tu presencia en Internet.

Objetivos

- Convertirte en un experto/a en marketing digital
- Conocer las principales herramientas que te permitirán conocer y aplicar la optimización de la tasa de conversión (CRO)
- Fortalecer una visión del conjunto más amplia.
- Cómo ganar nuevos clientes y mantener y fidelizar a los actuales mediante la mejora del conocimiento de los usuarios.
- Aumentar el ROI (retorno de la inversión) mediante la reducción del coste de adquisición del cliente

Para qué te prepara

Este Executive Master de CRO está dirigido a profesionales, emprendedores y especialistas que quieran especializarse en analítica y arquitectura web y diseño UX, para mejorar la conversión de sus negocios y optimizar el presupuesto asignado a marketing, siendo más eficientes y eficaces con menor inversión.

A quién va dirigido

Con este Executive Master en CRO aprenderás a gestionar y diseñar tus sitios web de forma que se mejore la calidad del tráfico web y se maximice la inversión. Mediante el conocimiento del comportamiento de nuestros clientes y de la gestión adecuada del entorno digital, el alumno / la alumna logrará que el impacto de su página web sobre los visitantes sea mayor y lleven a cabo las acciones estipuladas en el plan de marketing.

[Ver en la web](#)

Salidas laborales

Con este Executive Master de CRO ejercerás como Experto en usabilidad web, Especialista en Análisis, Desarrollo y Transformación Digital, Consultor SEO, Experto en Google Analytics, Especialista en CRO y UX, responsable de Analítica Web o Consultor Digital. Cualquier profesión que tenga entre sus funciones el análisis digital de sus sitios web, incluyendo redes sociales.

[Ver en la web](#)

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. Subscripción

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 KPI'S

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 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 keyword
4. Buenas prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. NEUROMARKETING APLICADO A CRO

[Ver en la web](#)

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

MÓDULO 2. APPLICANDO 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. Introducción a Conversion Rate Optimization
2. Tu primer funnel
3. Determina una hipótesis, experimentación y priorización de métricas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASE DE CONVERSIÓN

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

[Ver en la web](#)

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

[Ver en la web](#)

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

[Ver en la web](#)

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. Flint

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

[Ver en la web](#)

- 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

[Ver en la web](#)

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

[Ver en la web](#)

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 Layout?
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. DIRETRICES Y TENDENCIAS DIGITALES

1. Guías de estilo
2. Ventajas y Desventajas

Ver en la web

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 para móviles 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

[Ver en la web](#)

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

[Ver en la web](#)

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

MÓDULO 10. PROYECTO FIN DE MÁSTER

[Ver en la web](#)

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Teléfonos de contacto

 +34 958 050 240

¡Encuéntranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
Oficina 34, C.P. 18200, Maracena (Granada)

 formacion.continua@inesem.es

 www.formacioncontinua.eu

Horario atención al cliente

Lunes a Jueves: 09:00 a 20:00

Viernes: 9:00 a 14:00

[Ver en la web](#)



inesem

formación continua

