



Diseño web

Grado en Periodismo
2021-22



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Diseño web

Titulación: Grado en Periodismo

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Curso Académico: 2021-22

Créditos: 6

Curso: 3º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Celestino Díaz Tristán

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.
- Compilar, discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.
- Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad especialmente en los procesos de diseño visual y creación de contenidos digitales.
- Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.
- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de diseño visual y creación de contenidos digitales.
- Aplicar técnicas innovadoras y dinámicas de la gestión de trabajo, de proyectos y de equipos.
- Resolver problemas que surgen en la construcción de contenidos digitales y en el desarrollo de procesos comunicativos y creativos.
- Desarrollar aptitudes personales y capacidades necesarias en el sector de la creación de diseño visual y contenidos digitales y la empresa para la incorporación al mercado laboral, aumentando la madurez y adaptación para posteriores periodos de aprendizaje.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Diseñar y editar contenidos digitales.

- Diseñar y aplicar métodos de evaluación de la usabilidad en entornos digitales.

1.2. Resultados de aprendizaje

Organizar y gestionar los contenidos relacionados con la arquitectura de una página web trabajando en este proceso su optimización y usabilidad

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Organización y arquitectura de los contenidos web con el fin de optimizar la estructura de la información, la navegación y el éxito de la experiencia del usuario.

2.3. Contenido detallado

El objetivo de la asignatura es por un lado aprender a organizar, gestionar y aplicar el proceso de diseño de un producto digital (web, app, plataforma de contenidos, etc) de un medio de comunicación, mediante la metodología del Design Thinking, poniendo al usuario en el centro. Por otro lado, crear una web propia mediante Wordpress e investigar y probar con herramientas No Code para la creación de un producto digital que pueda utilizarse como herramienta de creación de contenido.

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente.

1.Introducción: Customer Experience (Experiencia de cliente)

La experiencia de cliente como base del resto de disciplinas enfocadas en mejorar la experiencia.

- 1.1. Customer Experience.
- 1.2. Service Design.
- 1.3. Product Design.
- 1.4. User Experience (UX).
- 1.5. User Interface (UI).
- 1.6. Voice User Experience (VUX).
- 1.7. Voice User Interface (VUI).

2.Metodologías de diseño de producto

Diferentes metodologías sobre las que aprender y basar nuestro diseño de producto.

- 2.1. Lean Startup.
- 2.2. Lean UX.
- 2.3. Design Thinking.
- 2.4. Design Sprint.

3.User Experience Design (UX) mediante Design Thinking

Proceso de Design Thinking y herramientas UX para conseguir una buena experiencia de usuario.

- 3.1. Proceso.
 - 3.1.1. Empatizar.
 - 3.1.2. Definir.
 - 3.1.3. Idear.
 - 3.1.4. Prototipar.
 - 3.1.5. Testar.
- 3.2. Herramientas.

3.2.1.	Encuestas, entrevistas, etc.
3.2.2.	UX Persona.
3.2.3.	Mapa de empatía.
3.2.4.	Customer Journey Map.
3.2.5.	Crazy 8's.
3.2.6.	Flujo de tareas.
3.2.7.	Wireframes.
3.2.8.	Diseño de prototipo.
3.2.9.	Testing.
3.3.	Ejemplos.
4.	User Interface Design (UI) en Design Thinking
	Introducción al diseño de interfaz. Aplicación de los conceptos fundamentales de diseño y best practices.
4.1.	Herramientas de prototipado.
4.1.1.	Introducción: Sketch y Adobe XD.
4.1.2.	Figma.
4.2.	Herramientas Handoff.
4.2.1.	Introducción: Invision, Avocode, Adobe XD y Framer.
4.2.2.	Más usadas: Zeplin y Marvel.
4.2.3.	Figma.
4.3.	Design System.
5.	Estrategia de contenidos
	Content design, la voz y el tono en la implementación web.
5.1.	Contenidos editoriales en medios de comunicación.
5.2.	Copywriter.
6.	CMS
	De 0 a 10. Creación y mantenimiento de tu propia web en Wordpress.
6.1.	Alojamiento y dominio.
6.2.	Introducción CMS.
6.3.	Tipos: propios para medios, Joomla, Prestashop, Magento.
6.4.	Wordpress. Diferencia entre wordpress.com y wordpress.org Instalación de Wordpress.
6.5.	Elección e instalación de tema o plantilla.
6.6.	Tipos de editores por bloques.
6.7.	Plugin básicos.
6.8.	Configuración básica y herramientas.
6.9.	Post y páginas.
6.10.	Biblioteca multimedia.
6.11.	Gestión de usuarios.
7.	No Code
	Movimiento y conjunto de herramientas destinado a la creación de productos digitales funcionales y automatizados sin necesidad de saber código ni programar.
7.1.	¿Qué es?
7.2.	Herramientas.
7.3.	Ejemplos.

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares, que recibirán calificación:

Actividad dirigida 1: Diseño de producto en medios de comunicación

Esta actividad consta de 2 pasos que los estudiantes tienen que ir elaborando a lo largo de la asignatura.

1. Análisis de las webs, apps y plataformas de medios de comunicación buscando problemas de usabilidad o nuevas funcionalidades que podrían tener. Empatizar con los usuarios mediante un proceso de investigación. Definir el problema a resolver e idear posibles formas de resolverlo, eligiendo finalmente la opción más viable (**10%**).

2. Prototipar la idea de rediseño o nueva funcionalidad, testarla con usuarios reales y planificar la siguiente iteración **(15%)**.

Actividad dirigida 2: Diseño de producto como creador de contenido

Esta actividad consta de 2 pasos que los estudiantes tienen que ir elaborando a lo largo de la asignatura.

1. Análisis de tu competencia como futuro periodista. Creación de un Lean Canvas en el que analices el problema a resolver, las oportunidades de negocio, etc. Empatizar con los usuarios mediante un proceso de investigación. Definir el problema a resolver e idear posibles formas de resolverlo, eligiendo finalmente la opción más viable **(10%)**.
2. Crear la idea del producto y servicio mediante la creación de una web en Wordpress y diferentes herramientas No Code. Testarla con usuarios reales y planificar la siguiente iteración **(15%)**.

Presentación y entrega final con correcciones **(50%)**:

Actividad Final 1 (25%): El proyecto final 1 consistirá en el diseño o rediseño de una parte o funcionalidad nueva existente de una web, app o plataforma digital de un medio de comunicación. Pudiendo ser periódico digital, radio, tv o plataforma de contenidos audiovisuales (Netflix, HBO, Prime Vídeo, Movistar+, etc). Los diseños se realizarán en Figma. Habrá que aplicar todos los conocimientos aprendidos a lo largo de la asignatura. Las actividades dirigidas ayudarán a enfocar este proyecto final por lo que es importantísima la asistencia y participación en clase. El día del examen final cada alumno realizará una presentación de su proyecto.

Actividad Final 2 (25%): El proyecto final 2 consistirá en el diseño y creación de un producto o servicio digital que pueda utilizarse para desarrollar trabajos periodísticos o de comunicación de forma independiente a un medio, con una comunidad y preparado para ser monetizado. Puede ser la creación de una newsletter o podcast de pago, la creación de herramientas o servicios como cursos que puedan ser comprados de forma única o mediante modelo de suscripción, canal de contenidos, creación de una skill de Alexa, etc. El proyecto debe tener una página web pública y accesible, en desktop y móvil, creada en Wordpress o en cualquier herramienta No Code, que sirva como hub y desde la que cuelguen el resto de servicios: comunidad, formas de pago, etc. Habrá que aplicar todos los conocimientos aprendidos a lo largo de la asignatura. Las actividades dirigidas ayudarán a enfocar este proyecto final por lo que es importantísima la asistencia y participación en clase.. El día del examen final cada alumno realizará una presentación de su proyecto.

2.5. Actividades formativas

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica (30%)	45	100%
AF2	Trabajo personal del alumno (50%)	75	0%
AF3	Tutorías (10%)	15	50%
AF4	Evaluación (10%)	15	50%

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Prueba parcial	10%
Actividades académicas dirigidas	40%
Prueba final	40%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Actividades académicas dirigidas	40%
Prueba final	50%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará

plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Ries, E. (2013). *El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*. DEUSTO.
- Zeratsky, J. Knapp, J. Zeratsky, J. Braden, K. (2018). *Sprint: El método para resolver problemas y testar nuevas ideas en solo 5 días*. Conecta.
- Gothelf, J. (2014). *Lean UX: Cómo aplicar los principios Lean a la mejora de la experiencia de usuario*. UNIR. Colección UNIR Emprende.
- DeWolf, D (2019). *The Product Mindset: Succeed in the Digital Economy by Changing the Way Your Organization Thinks*. Lioncrest Publishing.
- Krug, S. (2006) *No me hagas pensar: Una aproximación a la usabilidad en la web*. ES: Anaya Multimedia.
- Zaki Warfel, Todd (2009). *Prototyping: A Practitioner's Guide* . Rosenfeld Media.

Bibliografía recomendada

- Osterwalder A. (2011). *Generación de modelos de negocio*. DEUSTO.
-
- Jarvis, J. (2015). *El fin de los medios de comunicación de masas: ¿Cómo serán las noticias del futuro?* Gestión 2000.
- Falcinell, R (2019). *Cromorama: Cómo el color transforma nuestra visión del mundo*. Taurus.
- Todd Lombardo, C. (2017). *Product Roadmaps Relunched: A Practical Guide to Prioritizing Opportunities, Aligning Teams, and Delivering Value to Customers and Stakeholders*. O'REILLY.
- Jarvis, P (2020). *Company of One: Why Staying Small Is the Next Big Thing for Business*. Mainers Books.
- Fitzpatrick, R. (2019). *El Mom Test: Cómo mantener conversaciones con tus clientes y validar tu idea de negocio cuando todos te mienten*. Independently published.
- Pearl, C (2016). *Designing Voice User Interfaces: Principles of Conversational Experiences*. O'REILLY.
- Stickdorn, M (2016). *This Is Service Design Doing: Using Research and Customer Journey Maps to Create Successful Services: Applying Service Design Thinking in the Real World*. O'REILLY.
- Stickdorn, M (2018). *This Is Service Design Methods: A Companion to This Is Service Design Doing*. O'REILLY.
- Norman, D. (2013). *La psicología de los objetos cotidianos*. Nerea.

- Randolph, M. (2019). *Eso nunca funcionará: El nacimiento de Netflix y el poder de las grandes ideas*. Planeta.
- Randolph, M. (2020). *Aquí no hay reglas: Netflix y la cultura de la reinención*. Conecta.
- Jarvis, J (2012). *Y Google, ¿cómo lo haría?* Booket.
- Thiel, P (2015). *De cero a uno: Cómo inventar el futuro*. Gestión 2000.

Otros recursos

Tutoriales figma:

- <https://www.youtube.com/channel/UCQsVmhsa4X-G3IHUtejzLA>
- https://www.youtube.com/c/Ra%C3%BAIMar%C3%ADn_UI

Inspiración:

- <https://www.behance.net/>
- <https://dribbble.com/>
- <https://www.awwwards.com/>
- <https://www.instagram.com/ui8net/>
- <https://www.instagram.com/uideSIGNpatterns/>
- <https://www.instagram.com/design.crowd/>
- <https://www.instagram.com/uisource/>
-

Artículos del sector:

- <https://medium.com/topic/ux>
- <https://medium.com/tag/ui>
- <https://uxplanet.org/>
- UX Checklist - <https://uxchecklist.github.io>
- Usability.gov <https://www.usability.gov/what-and-why/user-experience.html>

Herramientas:

- <https://www.figma.com/>
- <https://www.figma.com/community/explore>
- <https://fontba.se/>
- <https://penpot.app/> (alternativa a Figma gratuita y colaborativa)

Recursos

- <https://fontawesome.com/>
- <https://www.flaticon.com/>
- <https://uxmisfit.com/squid/>
- <https://useflowkit.com/>
- <https://www.primedesignsystem.com/>
- <https://www.uistore.design/types/figma/>
- <https://www.uikitsnow.com/>
- <https://www.templatefreebies.com/>
- <https://www.figmacrush.com/>
- <https://freebiesui.com/>
- <https://www.uidesigntemplates.com/>
- <https://freebiesupply.com/>
- <https://slice.design/web> (de pago)
-

Info accesibilidad:

- W3C España <https://www.w3c.es/>

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Celestino Díaz Tristán
Departamento	Facultad de Comunicación y Artes
Titulación académica	Grado de Periodismo
Correo electrónico	cdiaztr@nebrija.es
Localización	Campus Madrid- Princesa
Tutoría	Previa petición de cita por email
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Es técnico superior de Imagen y Sonido (Escuela de Imagen y Sonido de Almería), licenciado en Comunicación Audiovisual (Universidad de Málaga), máster en Diseño Gráfico (Gauss Multimedia), máster de Radio en RNE (Instituto RTVE y Universidad Complutense de Madrid), máster en UX, UI y Product Design (Neoland) y MBA (The Power MBA).</p> <p>Ha trabajado como redactor y fotógrafo del periódico La Voz de Almería y como director, presentador, redactor y productor de programas de Radio y TV en InterAlmeríaTV, Cadena SER Almería, RNE, Radio5, Radio3 y Cadena COPE.</p> <p>Desde 2014 trabaja como diseñador gráfico en COPE, ampliando funciones de experiencia de usuario en 2016 y siendo nombrado en 2018 Director de Diseño de Producto (UX-UI) e Innovación del Grupo COPE, actual Ábside Media (COPE, Cadena100, Rock FM, Megastar FM y TRECE).</p> <p>En 2020 cofundó Universo Media, una productora de podcasts en la trabaja como Productor Ejecutivo utilizando su background en medios, especialmente en audio, y los conocimientos en metodologías y herramientas de diseño para crear productos de audio de una forma más eficiente en los verticales corporativo, medios, plataformas y marca personal.</p> <p>En 2021 funda Borani, un estudio de diseño y experiencia de usuario especializado en medios de comunicación y plataformas de contenido audiovisual.</p>