

2^{ed.} MÁSTER DE USABILIDAD Y EXPERIENCIA DE USUARIO



Inicio
10/11/2017



200 h.



Presencial



Barcelona



Bolsa de
empleo



5.495€

Desde hace ya varios años empieza a surgir una fuerte **demanda de profesionales que humanicen los productos**, que se preocupen porque sean sencillos y fáciles de utilizar, que no nos irriten.

Este profesional se llama experto en Usabilidad y Experiencia de Usuario.

Queremos que aprendas a identificar los factores que impiden que un producto esté bien definido. **Aprenderás a ponerte en el papel de los usuarios, a diseñar soluciones, a comunicarlas y a defenderlas.**

Queremos que practiques lo que te enseñamos: **Creemos en el modelo “ponte con”**. Para eso, hemos diseñado un montón de horas de prácticas. Por el máster van a pasar profesionales de importantes empresas para que conozcas diferentes casos y formas de hacer las cosas.

OBJETIVOS

- 1 Aprenderás a identificar los factores que impiden que un producto esté bien definido.
- 2 Aprenderás a ponerte en el papel de los usuarios, a diseñar soluciones, a comunicarlas y a defenderlas.
- 3 Conocerás todas las fases del diseño en UX desde árboles de contenido hasta wireframes de alta fidelidad pasando por los mapas de componentes y las guías de usabilidad.
- 4 Sabrás definir e investigar proyectos de interfaz.
- 5 Aprenderás a elaborar propuestas de Usabilidad y Experiencia de Usuario.
- 6 Sabrás como definir una arquitectura de información adecuada para un proyecto web o aplicación, a crear modelos y hacer predicciones.
- 7 Hacer visibles los datos al entendimiento, analizar su naturaleza y contexto y deducir la mejor forma de codificarlos y presentarlos.

NÚMEROS DE KSCHOOL

1620

Alumnos

142

Ediciones

44

Programas

4

Ciudades

NUESTROS COLABORADORES



Alumnos están trabajando



Encuentra trabajo en los primeros 12 meses



Alumnos satisfechos



Recomendaría nuestros programas

DICEN DE NOSOTROS



Marta Cámara
Data Science
& Negocio
en EURO 6000
1ª ed. Máster
en Data Science

"El máster me está ayudando mucho en mi carrera profesional porque me está abriendo un amplio campo de posibilidades y conocimientos."



Albert Riera
Owner and
Project Manager
at Reactiva
UX/UI Consultant
1ª ed. Máster en
SEO-SEM
Profesional

"Destacaría la excelente calidad de sus profesores, modelo de estudio y profundidad de temario. KSchool es muy buen sitio donde hacer contactos, encontrar socios, oportunidades de negocio y en definitiva generar networking de calidad."



Juanfra Cózar
Marketing
y Diseño Gráfico
en Zailand
7ª ed. Máster en
Análítica Web

"De KSchool destacaría su método práctico "ponte con". Con el proyecto individual con webs reales aprendes una barbaridad."



Luis Muñoz Vargas
Service Designer
en The Cocktail
5ª ed. Máster en
Usabilidad y
Experiencia
de Usuario

"Cada nuevo profesor exprime sus horas al máximo y lo más importante es que cuando salgo de clase tengo la sensación de haber aprendido."



Álvaro Peñalba
Digital Marketing
en Cross Nutrition
9ª ed. Máster en
Técnicas de
Marketing Online

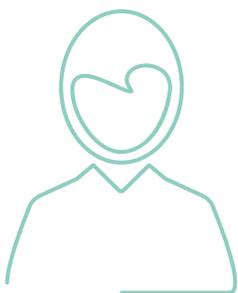
"Para gente como yo que no había tenido gran experiencia en el ámbito del Marketing Online, este Máster es perfecto para introducir la cabeza dentro de este enorme mundo."



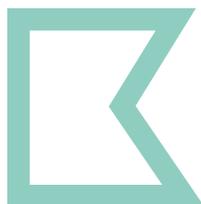
Víctor Gutiérrez
Consultor SEO SEM
& Diseño web,
in-house freelance
8ª ed. Máster en
SEO-SEM
Profesional

"Elegi Kschool porque me lo recomendó un antiguo alumno de kschool y algunos conocidos profesionales del sector. Si realmente quieres dar un salto de calidad en tus conocimientos o poder aportar valor a las páginas web de tus clientes, es imprescindible una formación optima "

PERFIL DEL ALUMNO



El máster de Usabilidad y Experiencia de Usuario va destinado a diseñadores gráficos, diseñadores web, un amplio abanico de profesionales de ciencias sociales como periodistas, psicólogos, sociólogos, o perfiles procedentes del mundo de la comunicación, y profesionales relacionados con el mundo del marketing digital.



Después de este Máster, estarás perfectamente capacitado para entrar a formar parte del departamento UX de una empresa y trabajar en puestos como Director de Innovación, Diseñador de Interacción y Usabilidad, Diseñador y Consultor UI/UX, Desarrollador de Experiencia de Usuario, Diseñador de Arquitectura de la Información, Investigación UX, etc.

TEMARIO

1 INTRODUCCIÓN A LA EXPERIENCIA DE USUARIO

• Presentaciones y Proyectos estudiantés:

Tres preguntas clave: ¿Qué es diseñar experiencia de usuario? ¿Para quién es adecuado este perfil laboral? ¿Cuándo un proyecto requiere un diseñador de experiencia de usuario? · Objetivos a conseguir durante el curso, el recorrido que vamos a realizar y presentación de los profesores.

Se presentarán los casos para el proyecto de fin de Máster. Daremos un brief por proyecto y los explicaremos detalladamente.

• Fases del diseño de UX y términos técnicos:

Prototipo, wireframe, componente, patrón de interacción, flujo de navegación, perfil de usuario, proceso, embudo de proceso... hay todo un glosario de términos asociado al trabajo del día a día del diseñador de experiencia de usuario, vamos a destriparlos y a incorporarlos a nuestro discurso desde hoy.

Además, hablaremos de las fases del diseño de experiencia de usuario: haremos un recorrido desde la investigación hasta los wireframes de alta fidelidad pasando por los customer journeys y las guías de usabilidad, conoceremos qué tipo de equipos deben estar implicados en cada fase, en qué consiste el entregable y veremos documentación real de la mano del profesor.

2 INNOVACIÓN E INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA

• Design thinking: Detectando las necesidades del cliente:

El Design Thinking es una metodología para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios. En esta sesión se dará a conocer el método y se practicará las técnicas que se llevan a cabo conjuntamente con el cliente para obtener las necesidades que forman los requisitos del producto digital.

• Innovación Creativa en UX

La innovación creativa es un nuevo concepto surgido de la intersección entre creatividad e innovación. Y es que, si bien toda innovación requiere una dosis de creatividad, no todas ellas pueden ser categorizadas con la etiqueta 'creativa'. La clave hoy, es la capacidad de conectar y ganarse la preferencia de las personas con las que se relaciona (consumidores, clientes, empleados, colaboradores, etc). Para conseguir esto, hay que innovar en la creatividad con la que comunicamos y prestamos el servicio, que es la fase natural donde las personas experimentan la calidad de la relación. ¿Cómo se consigue esto? ¿Cuáles son los principales obstáculos?

• Investigación

Si queremos diseñar la mejor experiencia posible de un producto o servicio, debemos centrar nuestros esfuerzos en el usuario y en sus necesidades para posteriormente evaluar si les permite alcanzar sus objetivos. En este caso la investigación se sitúa en el centro del proceso. En esta sesión conoceremos qué técnicas de investigación que hay que utilizar según nuestras metas y las herramientas para facilitarlas. Aprenderemos cada una de las fases de este proceso y su aplicación práctica. Analizaremos técnicas cualitativas y cuantitativa, planificaciones, trabajo de campo y análisis. Y practicaremos finalmente comunicando los resultados de la investigación con las diferentes técnicas aprendidas (personas, mapa de empatía, escenarios, customer journey, blueprints, inventario C&F etc)

• Diseño Estratégico

En esta sesión, bajaremos a tierra la propuesta de valor diferencial del producto/servicio hacia su público objetivo, dar con el modelo conceptual adecuado. La importancia de alinear las decisiones estratégicas de los clientes con sus objetivos de negocio. Reunir la información disponible acerca de las necesidades y expectativas de los usuarios, los objetivos de negocio, y las capacidades y limitaciones de la tecnología y recursos disponibles, para ayudar al cliente a seleccionar una alternativa estratégica viable. Daremos a conocer el papel que el diseñador tiene en el contexto actual y cómo afrontar la creación de nuevos productos y servicios comprometidos con las personas, su entorno y las empresas que los hacen posible.

Storytelling & UX Writing

Storytelling es la disciplina que conecta todas las fases del diseño de productos digitales, desde la concepción -estrategia del proyecto-,

pasando por la investigación -cualitativa-, la definición -para ayudar a todos los implicados a entender los procesos y las decisiones de diseño, además de incorporar sus visiones- y finalmente la presentación de proyectos.

UX Writing es la disciplina que se encarga de dirigir la redacción de los textos de un producto digital pensando y haciendo balance entre las necesidades de los usuarios y la del cliente. Se trata de la redacción estratégica de los textos presentes en puntos de contacto.

Hablaremos sobre el uso de narrativas como la manera más fácil de explicarse, tanto al cliente como a los usuarios. No se trata de inventar ficciones con héroes y villanos, sino de aplicar técnicas básicas de narrativa para hacerse entender por todo el mundo y establecer un diálogo que beneficie a todos.

3 DISEÑO DE INTERACCIÓN Y PROTOTIPADO

• Arquitectura de información

Definir una arquitectura de información adecuada para un proyecto web o aplicación, es uno de los primeros pasos para que éste tenga éxito, sea escalable y responda a los objetivos de negocio y necesidades del usuario. Hay muchos sistemas para ello... lo importante es saber acertar con el adecuado en cada caso, ¡o dar con la combinación ganadora!

Conoceremos "la teoría": daremos un paseo por las principales sistemas que tenemos para definir una arquitectura de información. Analizaremos los pros y los contras de cada uno de ellos según las necesidades del proyecto y veremos ejemplos de cómo se han implementado con más o menos éxito.

• Diseño UX Multipantalla

Los usuarios hoy en día usan la tecnología en diferentes dispositivos y en diferentes lugares. Los usuarios esperan acceder a la información en todas las pantallas pertinentes ya sea a través de móviles, tablets, smartwatches o TV inteligentes (conectadas a Internet). La experiencia multipantalla, es ya un requisito.

Para crear y asegurar una experiencia de usuario holística, se tendrán en cuenta todos los dispositivos y todos los puntos de contacto con estos dispositivos. Para el usuario, no debe haber sensación de "interrupción" cuando cambia el dispositivo. Es muy importante definir el rol de cada dispositivo en conjunción con el servicio en global.

Aprenderemos a entender los usuarios, sus dispositivos y cómo los utilizan. Partiendo de la investigación de los dispositivos y sus capacidades, hasta la comprensión de los usuarios y sus capacidades, considerando el contexto en el que los usuarios utilizan estos dispositivos,

Introducción al Prototipado y Prototipado Físico

En el taller de prototipado vamos a salvar la brecha que existe entre pensar y hacer o, en otras palabras, vamos a pasar de "pensar con la cabeza" a "pensar con las manos", explorando el valor que aportan los prototipos en los procesos de diseño.

La realización de prototipos nos ayudará a descubrir nuevos aspectos de una idea, profundizando en sus posibles funcionalidades y afinando detalles.

A lo largo del taller, además, experimentamos la utilidad del prototipado para comunicar de manera eficaz la visión que tenemos de una idea, comprendiendo las de los demás y desarrollando una comprensión conjunta.

• Prototipado Digital

En esta sesión se presentarán los diferentes software existentes para la realización de prototipos digitales. Para desarrollo de arborescencias, para desarrollo de prototipos y para el trabajo colaborativo sobre prototipos Lowfi o Hi-fi. Y en diferentes dispositivos. Indicaremos cómo utilizar estas herramientas en reuniones y workshops, cómo sorprender a nuestros clientes con la agilidad que proporciona para la cocreación y contagiarles el interés: son sencillas de usar, baratas y de resultados vistosos por lo que resulta fácil implicar a los perfiles más inquietos del proyecto desde el lado cliente.

Finalmente, indicaremos por qué Axure es nuestro favorito y el de los departamentos de usabilidad de las compañías más reconocidas del

TEMARIO

Indicaremos cómo utilizar estas herramientas en reuniones y workshops, cómo sorprender a nuestros clientes con la agilidad que proporciona para la cocreación y contagiarles el interés: son sencillas de usar, baratas y de resultados vistosos por lo que resulta fácil implicar a los perfiles más inquietos del proyecto desde el lado cliente.

Finalmente, indicaremos por qué Axure es nuestro favorito y el de los departamentos de usabilidad de las compañías más reconocidas del sector. Aprenderemos las diferentes guías y sistemas de diseño más populares, así como estrategias para decidir en qué dispositivos poner foco según las necesidades de cada proyecto.

• Axure

Que es Axure y para qué sirve, realizaremos un recorrido por el interfaz de la aplicación y pasaremos a crear una arborescencia. A partir de este punto, trabajaremos con los elementos básicos (widgets) para creación de wireframes. Aprenderemos a usar las librerías, conoceremos cómo crear páginas, organizarlas en la paleta Sitemap. Crearemos nuestras interacciones básicas para permitir que el usuario navegue por la página (links, botones y widgets menús) y realice acciones básicas, además para ayudar a entender el prototipo utilizaremos anotaciones que podremos exportar en los documentos de especificaciones llegado el momento. Durante las tres sesiones de Axure afianzamos los conocimientos y profundizaremos sobre los conceptos y usos avanzados de la herramienta. Por último aprenderemos a exportar un prototipo como HTML.

• Diseño Interacción

El diseño de interacción se refiere a la descripción de un posible comportamiento del usuario y la definición de cómo el sistema tendrá en cuenta para responder a ese comportamiento. En esta sesión se aprenderá a desarrollar el flujo de las aplicaciones para facilitar las tareas del usuario, definiendo cómo el usuario interactúa con la funcionalidad del producto. Conoceremos los básicos del diseño de interacción para generar buenas experiencias de usuario en los diferentes dispositivos

5 EVALUACIÓN DE USABILIDAD

• Técnicas de evaluación de la usabilidad

Conoceremos los principales test de usabilidad más comúnmente usados, aprenderemos a usarlos y personalizar los distintos bloques que los componen. Finalmente, trataremos técnicas y herramientas para desarrollar y analizar nuestros propios test. Desde la elaboración de un guión para realizar los test con usuarios, hasta la definición de las tareas que deben realizar y los criterios de medición para comprobar la eficacia de la prueba. También aprenderemos a identificar los insights de los resultados del test y sintetizarlos mejorando nuestro proyecto

• Taller Laboratorio Usabilidad

En esta sesión asistiremos a un laboratorio de Usabilidad para conocer su funcionalidad. Son instalaciones específicas para llevar a cabo pruebas de usabilidad. Incluyen dispositivos técnicos capaces de registrar el comportamiento de los usuarios, como el seguimiento visual, el movimiento de la pantalla, los movimientos y clics del ratón. Y con cámaras para grabar el comportamiento de las personas en el test. Durante la sesión se hará una demostración de un test de usabilidad in situ.

• Visualización de Datos

En nuestro que hacer profesional va a ser muy frecuente que nos tengamos que enfrentar al diseño de información cuantitativa, ya sea como parte de la interfaz gráfica del producto o de los entregables de trabajo. Aunque en principio pueda parecer una tarea sencilla, no lo es si queremos que la gráfica o visualización a diseñar cumpla eficazmente su función comunicativa, y no se termine convirtiendo en un elemento gráfico ornamental y prescindible, en detrimento de la simplicidad. Diseñar información cuantitativa no es simplemente dar forma gráfica a los datos, es hacerlos visibles ante nuestro entendimiento. Con este objetivo aprenderemos a analizar la naturaleza de los datos a representar y el contexto de uso, para así poder deducir cuál será la mejor forma de codificarlos y presentarlos visual e interactivamente.

4 DISEÑO DE INTERFAZ (UI)

• Diseño Visual

Conoceremos en profundidad los recursos visuales esenciales a tener en cuenta en diseño digital: tipografías, formas, paleta de color, formularios, botones, imágenes, grid, etc. y sus principios básicos y cómo afectan a la interfaz, y en definitiva, a la percepción global del producto digital. Los estudiantes estudiarán los elementos de Diseño UI, patrones y frameworks etc.

En esta fase se especifica el aspecto visual de los wireframes: composición de cada tipo de pantalla aspecto y comportamiento de los elementos de interacción y presentación de elementos multimedia. Es importante mantener una coherencia y estilo común entre todas las pantallas proporcionando una consistencia visual a todo el proyecto. Para asegurar que esta coherencia se cumple, es útil elaborar un libro o guía de estilo que sirva de documento referencia para todo el equipo de desarrollo.

• Sketch

Aprenderemos a utilizar Sketch, la herramienta vectorial que ha revolucionado el mundo del diseño visual. Se enseñará a utilizar los elementos básicos de este software como formas, textos, imágenes, grid, plugins, trucos y consejos. Trabajaremos en operaciones con formas, edición de vectores, gestión de estilos, símbolos y máscaras hasta que estemos preparados para realizar nuestra primera interfaz. Se profundizará más en el software, a visualizar los diseños al instante en cualquier dispositivo, comprobando el resultado final directamente desde el dispositivo y realizar cambios que puedes visualizar al instante. Aprenderemos a mejorar el flujo de trabajo y resultados con Sketch y el ecosistema que lo rodea con programas de prototipado como Invision, Marvel, Principle etc Creando prototipos animados de tus aplicaciones que ayudarán al cliente o a ti mismo a detectar problemas y plantear soluciones. Así como herramientas como Zeplin o Inspect de Invision para trasladar nuestros diseños de forma clara a los equipos de desarrollo.

6 SEO Y ANALÍTICA PARA UX

• SEO UX

Introducción al posicionamiento en buscadores. ¿Cómo indexa Google el contenido de un site? · Conoceremos las claves de posicionamiento. Los puntos a tener en cuenta para la construcción de arquitectura de información orientada al SEO. Cómo diseñar un sitio "SEO friendly" y veremos la usabilidad dentro del SEO (search patterns, user research, keyword research, etc)

• Analítica UX

Aprenderemos a usar la analítica web para impulsar el cambio en los negocios online. Cómo optimizar resultados y la experiencia de los usuarios. Definir, planificar y realizar un programa de mejora continuo centrado en el cliente. Se hará una visión general a herramientas, objetivos, métricas, embudos de conversión, análisis de una landing page, definición de KPI, testing etc. En definitiva aprenderemos el día a día del analista web.

7 GESTIÓN DE PROYECTOS

• Gestión de Proyectos

Esta sesión se centrará en cómo gestionar un proyecto online, desde los primeros contactos comerciales, presupuestos, cierres de alcance, organización del proyecto, desarrollo y herramientas, hasta la puesta en producción y apertura de su etapa evolutiva.

• Metodologías UX: Lean UX-Design Sprint

Aprenderemos las diferentes metodologías que podemos usar en proyectos UX. Por un lado Lean UX (usada en startups), como un proceso para el diseño de productos y servicios que permite refinar de manera progresiva, rápida y eficiente la oferta de valor para los usuarios. Lean UX se apoya en tres pilares clave: Design Thinking, metodologías de desarrollo ágil de software y Lean Startup.

Y por otro lado Design Sprint (utilizada por Google) que es una metodología de la experiencia del usuario ágil y el proceso de diseño de productos que pone el negocio, la tecnología y, especialmente, el

TEMARIO

estructurado para responder preguntas críticas de negocios a través del diseño, la creación de prototipos y la prueba de nuevas ideas con los usuarios a lo largo de un taller de cinco días.

• Procesos UX

Tendremos la opción de ver los procesos a seguir en propuestas de diseño ux y que nos mostrará acciones reales a través de la práctica y con conocimiento claro. Una bajada a la realidad del día día en proyectos UX. Se plantearán casos reales para que se pueda poner en práctica los conocimientos adquiridos. Demostraremos que a veces hay que replantear la petición del cliente para poder ofrecerle realmente la mejor opción para su producto.

8

AUTOPROMOCIÓN Y REPUTACIÓN UX

Como crear tu propia marca. Nuestra Marca Personal consigue lo mismo que una marca comercial: ser la opción preferida entre varias opciones. La mayoría de los candidatos del sector digital no tienen claro su perfil en sus currículos y los portafolios que se presentan son incompletos. Aprenderemos a definir nuestro perfil de UX y a mejorar nuestro portafolio para ser competitivo y atractivo para el sector digital.

9

SECTOR UX

A lo largo del máster se impartirán sesiones sobre UX en diferentes sectores. En cada una de ellas nos explicarán cómo se están afrontando la experiencia de usuario en su sector. Y concretamente nos mostrarán las soluciones adoptadas en los proyectos que han colaborado.

UX Startup (Wallapop)

UX Ecommerce

UX Banca (CaixaBank)

UX Service Design

10

BUSINESS CASES

Se impartirán dos sesiones con profesionales ux en el lado del cliente que nos pondrán al día de su trabajo en su empresa respectiva para comunicar su experiencia en casos reales. Nos enseñarán casos de estudio que han tenido éxito en el campo de la experiencia de usuario.

King Digital Entertainment

Hewlett-Packard (HP)

11

PROYECTO FIN DE MÁSTER

A lo largo del máster se irá engranando un proyecto fin de carrera que los alumnos podrán elaborar en equipos asimilando el proceso de trabajo cotidiano del consultor UX, preparando los entregables y presentándolos al cliente en una simulación de Role Play que permitirá vencer los miedos a argumentar el propio trabajo, hablar en público, admitir y enfocar las críticas y crear en definitiva una presentación ganadora. Todas las prácticas que se realicen en las diferentes sesiones del máster, estarán enfocadas al proyecto fin de máster asignado a cada equipo



PROFESORES



Iván Serrano
Creative Designer at
Televisió de Catalunya

Diseñador creativo especializado en la conceptualización, estrategia y desarrollo de productos y servicios digitales, centrado siempre en el usuario.

Actualmente trabajo en Televisió de Catalunya como diseñador de los proyectos interactivos, aportando un valor creativo y centrado en el usuario.

Soy miembro de la Junta de la "Asociación de Directores de Arte y Diseñadores Gráficos" del FAD



Víctor Baroli
Design Director
at Picmedia

Víctor Baroli es Director de Diseño y co-fundador de Picmedia.

Con más de 15 años de experiencia en comunicación visual, ha trabajado para marcas como Atrápalo, Asics, Onitsuka Tiger, ADG-FAD, Wall Street English, Kantox entre otras.

Apasionado por los procesos y metodologías del diseño. Premiado con LAUS de Oro 2012 en categoría Web y medios digitales.



Sergio Ruiz
Senior UX Consultant
at The Cocktail

Cuenta con 12 años de experiencia en diseño online. Los últimos 4 en conceptualización de productos digitales, definición, prototipado, flujos, arquitectura de información, modelos de navegación y accesibilidad. Ha trabajado con key players de e-commerce (Groupon), Banca (ING Direct, BBVA) y travel (Iberia, Balearia)

Desde abril de 2016 es Consultor Senior de UX en The Cocktail, donde también asume tareas de Product Management.



Víctor Pascual Cid
Data Scientist
and Information
Visualization
consultant

Empecé mi andadura en el campo de la Visualización de Datos en 2004, cuando empecé mi tesis doctoral. Desde entonces mi gran pasión ha sido la de convertir conjuntos de datos complejos en representaciones interactivas que puedan ser fácilmente exploradas. Desde el 2010 ejerzo como consultor freelance, colaborando con diferentes empresas donde desarrollo proyectos de I+D relacionados con el análisis y la representación de datos.



Eva Snijders
StoryCoach

Eva Snijders nació en una familia de contadores de historias y creció en una casa repleta de libros. Desde muy pequeña, observa el mundo y se pregunta cuántos mundos habitan en él. Los descubre a través de los ojos de las personas que cruzan su camino.

Su incesante búsqueda por la relación entre la forma y el significado de las cosas le llevó a estudiar diseño y aprender a hablar 7 idiomas distintos.



Silvia Calvet
UX & Customer
Strategy
for business results
& happy customers

Licenciada en Biblioteconomía y Documentación por la UB y, Master e-Business por la UPC.

Trabajo como consultora y coach para que las personas y los negocios sean felices.

En estos últimos 15 años he trabajado para todo tipo de organizaciones e industrias para diseñar servicios y soluciones, mejorar la forma en que comparten conocimientos y trabajan, así como para crear más valor para sus clientes.



Rude Ayelo
Graphic & interaction
design specialist

Especialista en diseño de interacción y desarrollo de webs y aplicaciones. Fue socio fundador y diseñador durante 8 años en la agencia digital Mortensen en Barcelona y actualmente es desarrollador frontend en XING.

Se graduó como diseñador gráfico en Idep Barcelona, donde ahora es profesor en diseño de interacción. También ha sido profesor y mentor en Ironhack y ha dado varias charlas en múltiples meetups y eventos de ámbito nacional.



Pere Rosales
CEO y Fundador
de INUSUAL

Soy CEO y fundador de INUSUAL, la primera red cualificada de profesionales de la innovación creativa.

Hace unos años me decidí y escribí el libro 'Estrategia Digital'

Soy Miembro de la International Academy of Digital Arts and Sciences y Official Ambassador de los Webby Awards, he sido jurado en los Premios Imán, NewYork Festivals, Laus, El Sol y Art Art Directors Club of Europe.



Marta Armada
Web & Interface
Designer,
Copywriter y
CoFundadora
de Swwweet

Es una diseñadora web de Barcelona. Le interesa la tipografía, el diseño web responsive, CSS, UX o el diseño en general: cualquier cosa que ayude a hacer una web mejor.

En 2009 fundó junto a Javier (su marido) Swwweet, un pequeño estudio de diseño web, donde trabajan creando páginas web para negocios pequeños y startups.



Javier Usobiaga
Front-End
Developer,
UX Designer &
Cofundador de
SWWWEEET

Es diseñador web y desarrollador front-end desde 2005, y vive en Barcelona. En 2009 fundó junto a Marta (su mujer) Swwweet, un pequeño estudio de diseño web, donde trabajan creando páginas web para negocios pequeños y startups.

Javier ha dado varias charlas y workshops tanto en eventos locales como en conferencias de ámbito internacional, y es profesor de diseño web en ELISAVA Escuela Superior de Diseño.



Jordi Galobart
Consultor UX
(SEO+IA+Usabilidad
+Accesibilidad).
Desarrollador web
y emprendedor

Ingeniero de telecomunicaciones y consultor de usabilidad y accesibilidad digital. Colaboro como freelance con varias consultoras en varios proyectos de e-commerce, aplicaciones móviles, administración pública, banca, seguros, viajes y ocio,... He trabajado para empresas como Grupo Intercom, Mapfre, DirectSeguros, HP, Grupo Santander, La Caixa, Camper, Gobierno de Asturias, Privalia, Mecalux, Desigual, Endesa, UOC, MuchoViaje, ...



Alessia Rullo
UX Team Lead
at Hewlett-Packard
Barcelona

Alessia Rullo works as UX team Lead in the Customer Experience Team at Hewlett-Packard Espanola, Large Format Printing Division (Barcelona, Spain), where she is in charge for Experience Design Strategy worldwide. Alessia has previously worked as Post-Doc Researcher in different European and Italian projects concerning the design of ambient computing systems, development of creative approaches to interaction design, investigation of wearable technologies.



Daniel Torres Burriel
Director de Experiencia
de Usuario en
Torresburriel Estudio

Director de Experiencia de Usuario en Torresburriel Estudio, empresa de la que es socio fundador. Propietario y profesor en UX Learn, centro de formación en usabilidad y experiencia de usuario. Con más de 16 años de experiencia en el canal web, es formador y ponente habitual en congresos y eventos del sector. Más de 70 conferencias impartidas sobre usabilidad, accesibilidad, experiencia de usuario y arquitectura de la información.



Christopher Grant
UX & Product Director
at King

Lidera el equipo de Growth de Tuenti en Barcelona, donde diseñan y desarrollan los features que impulsan la expansión de Tuenti a nuevos mercados.

Ha dirigido equipos de diseño de experiencia de usuario en el Grupo Credit Suisse, en Emagister y en startups de EE.UU. y Europa. Fue vicepresidente de Experiencia de Usuario en Scippo cuando ésta fue nombrada en la lista de Red Herring como una de las "100 mejores empresas del mundo en innovación".



Alexandra Quevedo
UX Designer

Ha participado en proyectos B2C y B2B en la fase de conceptualización y diseño. Diseñadora, Arquitecta de Información y UX/UI Google Expert. Ha participado en proyectos como UX manager de Atrapalo.com, experta en producto y UX en Beabloo, entre otros. Como Consultora en UserZoom (Xperience Consulting) ha llevado a cabo proyectos de investigación y AI para Desigual, Weight Watchers, La Caixa.



Carlos Iglesias
Co-fundador &
Consultor de
Negocio Online
en Runroom

Ingeniero Superior Multimedia por la Universidad Ramon Llull (La Salle). Agile evangelist y mariner de vocación. Junto a tres amigos fundé Runroom en 2003. Desde entonces me dedico a la consultoría de negocio online, diseñando estrategias digitales desde las trincheras para clientes como Esade, CaixaBank, Colonial, Nespreso, Penguin Random House, Eroski, Televisió de Catalunya, o l'Ajuntament de Barcelona. También soy profesor en Esade y BAU.



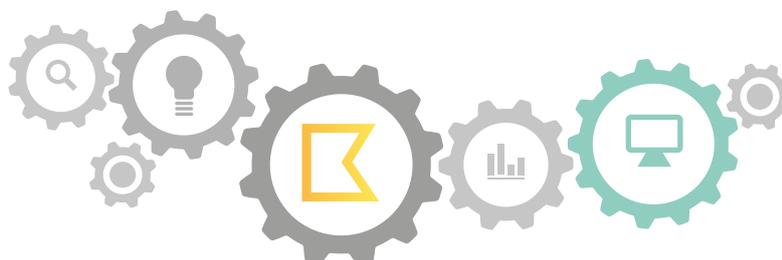
Carles Grau
Responsable de
Usabilidad
y experiencia de usuario
en e-laCaixa

Responsable de Usabilidad y experiencia de usuario en e-laCaixa, 11 años optimizando la experiencia de Usuario en los canales electrónicos de "la Caixa": Web, Móvil y Cajeros Automáticos. Diseñador industrial de formación, Máster en Diseño y Producción Multimedia y Máster en e-Commerce en la Salle, anteriormente formó parte de los CTTs de La Salle, y participó en la creación del departamento y laboratorio de Usabilidad de la Universidad.



Mónica Zapata
CEO & UX Director
en Optimyzet

Certified Usability Analyst por Human Factors International (HFI), máster en Internet Management por el Instituto Catalán de Tecnología y licenciada en Documentación por la Universitat de Barcelona (UB). Trabaja desde hace 15 años como consultora de experiencia de usuario y diseño de interacción. Ha trabajado en Capgemini y en Multiplica. Desde 2010 dirige Optimyzet, consultora de estrategia digital y experiencia de usuario, totalmente volcada en diseñar experiencias digitales centradas en los objetivos de negocio de los clientes y en las necesidades de los usuarios.



QUÉDATE CON LO MÁS IMPORTANTE



200 h.



OPCIÓN FIN DE SEMANA

Inicio: 10/11/2017 Fin: 04/05/2018

Duración: 5 meses

Viernes, de 17h a 22h

Sábados, de 9h a 14h



Aules KSchool
Foment Formació
Av. de Francesc Cambó, 10
08003 Barcelona



5.495 €



FORMAS DE PAGO:

- PAGO ÚNICO 
- PAGO FRACCIONADO



BONIFICABLE
POR LA FUNDACIÓN
TRIPARTITA

NUESTRO MANIFIESTO

Si el sistema no está preparado para darnos el conocimiento que necesitamos lo vamos a conseguir por nuestra cuenta • Hoy, en ciertos sectores el valor no lo aporta un título. Lo aporta lo que cada profesional sabe hacer • Si dependemos de nosotros mismos, vamos a pensar por nosotros mismos • No queremos, ni podemos sentarnos a esperar a que alguien se fije en nosotros • No hay ningún mapa. Debemos hacer nuestro camino, y es un camino que muchas veces no ha sido explorado, pavimentado, ni señalizado • Nuestro conocimiento es la clave de nuestro desarrollo personal y profesional • Todo el mundo tiene algo que enseñar. Queremos aprender todos de todos • En el mundo del conocimiento, cuanto más se comparte más se tiene • Lo que aprendemos es lo que practicamos • Especializarse es ponerle un apellido a nuestra profesión. Es echarle especias a nuestro ingrediente principal • Queremos construirnos un futuro fuera del rebaño. Para eso vamos a pensar y hacer las cosas de forma diferente • No vamos a seguir instrucciones a ciegas, no vamos a ser pelotas, no vamos a mantener la cabeza agachada. Esas formas no van con nosotros • Vamos a estar siempre en movimiento. No vamos a parar de movernos. Somos inquietos y nos gusta ser así • Como queremos resultados diferentes, vamos a hacer las cosas de forma diferente • Las pirámides son monumentos funerarios. Nos divierte verlas en los libros de historia, no sufrirlas en nuestro trabajo • Nuestro mercado no es el de los empleos. Es el de las oportunidades • Queremos colaborar con nuestras empresas a generar ingresos, no queremos tener un simple empleo • Queremos avanzar elaborando mejores recetas, no cocinando más • Queremos poner vida a los años, no solo años a la vida • Somos mucho más que un perfil y unas competencias. Somos algo más que las hojas de nuestro CV • Queremos levantarnos con ilusión los próximos 40 años. Queremos hacer las cosas con pasión, cariño y humanidad.