

Ficha Técnica: Diseño y Posicionamiento Web I
Curso 2025/2026

Asignatura

Nombre Asignatura	Diseño y Posicionamiento Web I
Código	601522040
Créditos ECTS	3.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Doble Grado en Marketing y Publicidad (Plan 2022)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	3

Datos Generales

» PROFESORADO

Martínez Allué, Miriam

» CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos.

» OBJETIVOS TEÓRICOS

Comprender el proceso de design thinking como metodología para el diseño centrado en el usuario.

Conocer las fases del diseño estratégico: empatizar, definir, idear, prototipar, testear y validar.

Identificar necesidades reales de los usuarios a través de la investigación y la observación.

Analizar y comparar propuestas digitales de la competencia mediante auditorías web.

Comprender los principios fundamentales de usabilidad y su aplicación práctica en proyectos digitales.

Estudiar la arquitectura de la información como herramienta para estructurar y jerarquizar contenidos web.

Conocer los fundamentos de la experiencia de usuario (UX) y su relación con la eficacia de una web.

Adquirir nociones básicas de diseño visual (jerarquía, tipografía, color, retícula) aplicadas a prototipos.

Entender la utilidad de herramientas como Figma para la creación de wireframes y prototipos navegables.

Valorar la importancia del testeo y la iteración para validar propuestas de diseño antes de su desarrollo final.

» OBJETIVOS PRÁCTICOS

Aplicar las fases del design thinking mediante ejercicios prácticos de investigación, análisis y creatividad.

Realizar entrevistas, encuestas o técnicas de observación para empatizar con usuarios reales o simulados.

Definir de forma clara el problema o necesidad del usuario a resolver mediante una solución digital.

Elaborar una auditoría de competencia digital que identifique referentes, fortalezas y debilidades de sitios similares.

Desarrollar esquemas de arquitectura web coherentes con la información y objetivos del proyecto.

Crear wireframes y prototipos navegables en Figma que reflejen jerarquía visual, estructura funcional y navegación.

Aplicar principios básicos de diseño (tipografía, color, espaciado, grid) en el desarrollo de prototipos.

Realizar test con usuarios para validar la experiencia de navegación, detectar errores y recoger feedback.

Iterar y mejorar los prototipos con base en los resultados obtenidos durante el testeo.

Presentar y justificar una propuesta de diseño web basada en necesidades reales del usuario y criterios de usabilidad.

➤ **COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB2 - 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.

CB3 - 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.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS GENERALES

CG3 - Comprender los procesos de relación entre los sujetos de las actividades comerciales, publicitarias y de las relaciones públicas.

CG5 - Comprender los medios de comunicación social tradicionales y el nuevo ecosistema digital como referente para el desarrollo de la comunicación social persuasiva.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE1 - Aplicar las técnicas de comunicación, expresión oral y escrita, en especial las utilizadas en la gestión publicitaria y en la comunicación empresarial e institucional.

CE2 - Seleccionar los soportes y medios adecuados para la planificación de programas, campañas y acciones de publicidad y relaciones públicas.

CE3 - Implementar los procesos de creación, diseño, elaboración y producción de los mensajes de comunicación publicitaria.

CE4 - Manejar los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios, de relaciones públicas y de otras formas de comunicación.

CE6 - Aplicar los procesos de marketing y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia.

CE7 - Gestionar las áreas funcionales de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.

CE10 - Elaborar el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias, y determinar, definir y controlar los presupuestos de comunicación publicitaria y de relaciones públicas.

CE11 - Utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios y soportes convencionales y no convencionales, combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, y en la creación de nuevos soportes.

CE12 - Gestionar los activos intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de esta.

CE13 - Definir e implementar una política de gestión de la información y documentación en una empresa publicitaria y de las relaciones públicas.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

» CONTENIDO DEL PROGRAMA

1. Introducción al pensamiento de diseño (Design Thinking) en proyectos digitales
2. Empatizar: investigación de usuarios y técnicas de observación
3. Definir: necesidades, retos y objetivos del usuario
4. Ideación y auditoría competitiva: creatividad guiada y análisis de referentes
5. Usabilidad y experiencia de usuario: principios clave y buenas prácticas
6. Arquitectura de la información: estructura de contenidos y organización web
7. Prototipado y wireframes con Figma: de la idea al modelo funcional
8. Testeo y validación de prototipos: feedback, iteración y mejora continua
9. Diseño final y sistemas visuales: componentes, estilo y accesibilidad

» ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividades formativas		
Denominación	% Presencialidad	nº H 3 ECTS
Af1 Clase magistral: presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por parte del profesor con participación o no del estudiante.	100	14
Af2 Clase práctica: clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (estudios de casos, problemas, prácticas de laboratorio, simulaciones, herramientas informáticas, etc.)	100	27

Af3 Trabajos (individuales o grupales): Elaboración de trabajos, individual o en grupo, cuyo resultado final puede ser una memoria, una exposición oral, un informe, etc.	50	16
Af4 Tutorías (individuales o grupales): reuniones concertadas con el profesor por los estudiantes, de manera individual o en pequeños grupos, que permite dirigir el aprendizaje de manera personalizada. Incluye resolución de dudas, dirección de trabajos, preparación de exposiciones, etc.	60	6
Af5 Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante: tiempo de estudio por parte del estudiante de los contenidos de las materias y tareas de búsqueda de información, análisis, elaboración de documentos, etc.	0	11
Af6 Pruebas de evaluación: pruebas escritas, orales, prácticas, trabajos, etc. que permiten analizar los resultados de aprendizaje de los estudiantes.	100	2

TOTAL HORAS ECTS	75
------------------	----

➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

La evaluación del aprendizaje del estudiante se lleva a cabo mediante una combinación de métodos que permiten valorar de forma continua y formativa la adquisición de las competencias previstas en la asignatura. La estrategia evaluativa se fundamenta en la diversidad de instrumentos y evidencias, buscando un equilibrio entre la evaluación objetiva y la valoración del progreso individual del estudiante. Los criterios y métodos de evaluación responden al modelo educativo de la Universidad Villanueva, centrado en el desarrollo integral del alumno, el aprendizaje significativo y la implicación activa en su proceso formativo.

El sistema de evaluación se basa en la siguiente escala numérica:

- 0 - 4,9 Suspenso
- 5,0 - 6,9 Aprobado
- 7,0 - 8,9 Notable
- 9,0 - 10 Sobresaliente

Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria

Sistema de evaluación ponderación

- **Examen Prueba objetiva (oral u escrita):** Exámenes sobre la materia tipo test, de desarrollo, de contenido, análisis de casos, proyectos, etc.) 40%
- **Evaluación continua Actividades formativas:** Presentaciones, informes, trabajos individuales o grupales, dossier de prácticas o ejercicios prácticos. 50%
- **Asistencia** 10%

Para aprobar la asignatura, es necesario superar satisfactoriamente tanto el examen como la evaluación continua.

Criterios de evaluación de la convocatoria extraordinaria.

La convocatoria extraordinaria contempla tres posibles situaciones:

a) **Estudiantes que hayan superado la evaluación continua pero no hayan aprobado el examen en convocatoria ordinaria:** En este caso, se conserva la calificación de la evaluación continua, y el estudiante deberá presentarse únicamente al examen final. La calificación global resultará de la combinación de ambas partes, manteniendo los mismos porcentajes establecidos en la convocatoria ordinaria. No se admitirán trabajos adicionales en extraordinaria.

b) **Estudiantes que no hayan superado la evaluación continua:** Estos estudiantes deberán presentarse al examen final en la convocatoria extraordinaria, que incluirá contenidos teóricos y prácticos y permitirá recuperar las competencias no alcanzadas.

Criterios sobre la calificación de "No presentado"

La calificación de "No presentado" se aplicará exclusivamente cuando el estudiante no haya realizado ninguna de las pruebas o evidencias de evaluación previstas en la convocatoria correspondiente (ordinaria o extraordinaria).

La participación, aunque sea parcial, en alguna actividad evaluable implica necesariamente la asignación de una calificación numérica

Evaluación de estudiantes en segunda o sucesivas matrículas

No tienen obligación de asistencia presencial. La evaluación se adaptará a su situación académica.

- No se evaluará la participación ni la asistencia presencial. Se establecerán actividades equivalentes a las presenciales, tales como trabajos, análisis de casos, tareas prácticas o pruebas escritas, que permitan verificar la adquisición de competencias con un valor del 60% . La prueba final ponderará un 40% de la nota final.

La calificación final se registrará por los mismos criterios de exigencia y calidad que en el resto de las convocatorias, garantizando la equidad y coherencia del proceso evaluativo.

DISPENSAS ACADÉMICAS:

Los estudiantes que cuenten con una dispensa académica concedida por la universidad por motivos laborales, de salud, familiares, deportistas de élite u otras causas justificadas debidamente acreditadas estarán exentos de la obligación de asistencia presencial a las sesiones de clase. No obstante, deberán cumplir con las actividades de evaluación y aprendizaje que se les asignen, siguiendo una modalidad adaptada que les permita alcanzar los resultados de aprendizaje de la asignatura.

En estos casos:

- No se aplicará la calificación asociada a la participación presencial ni a otras actividades cuyo desarrollo requiera asistencia física.
- El profesorado establecerá actividades o pruebas alternativas que permitan evidenciar el grado de adquisición de las competencias correspondientes.
- Estas actividades podrán incluir trabajos individuales, resolución de casos, análisis de lecturas, cuestionarios, tutorías virtuales u otras estrategias acordadas entre el estudiante y el docente responsable de la asignatura.
- La evaluación final se realizará con los mismos criterios de calidad y exigencia que el resto del alumnado, asegurando la equidad del proceso evaluativo.

Es responsabilidad del estudiante con dispensa mantenerse informado sobre los contenidos y actividades de la asignatura, así como coordinar con el profesorado la planificación y entrega de las evidencias que sustituirán a las actividades presenciales.

ASISTENCIA:

La asistencia a clase constituye un elemento fundamental dentro del proceso de evaluación continua, en tanto que favorece el seguimiento regular de la asignatura, la participación activa del estudiante y el desarrollo de las competencias previstas. En este sentido, se establecen los siguientes criterios:

- Los estudiantes que asistan, al menos, al 80% de las sesiones programadas obtendrán la totalidad del porcentaje asignado a la asistencia en la calificación final, que corresponde a un 10% de la nota global de la asignatura.
- Los retrasos injustificados impedirán el acceso al aula una vez iniciada la sesión. Estos se contabilizarán como ausencias a efectos de evaluación, salvo circunstancias excepcionales previamente autorizadas por el profesorado.

- La asistencia será registrada de manera sistemática por el profesorado (tanto en las sesiones presenciales) y se considerará exclusivamente en la convocatoria ordinaria. En el caso de estudiantes con dispensa académica o matriculados en segunda o sucesivas convocatorias, este criterio no será aplicable.

NORMATIVA DE ORTOGRAFÍA:

El correcto uso del lenguaje escrito es un requisito esencial en los estudios de Comunicación y, por tanto, también en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Por este motivo, la ortografía será un criterio evaluable en todas las asignaturas. Se descontarán 0,5 puntos por cada falta ortográfica, incluidas las tildes y los errores de escritura, hasta un máximo de 2 puntos. Los errores ortográficos reiterados se contabilizarán una única vez. En el caso de que la falta ortográfica o de redacción aparezca en una pieza publicitaria ya sea gráfica, audiovisual o escrita, se aplicará automáticamente una penalización de 2 puntos sobre la nota final del trabajo.

» BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA Y RECOMENDADA:

Para el estudio y preparación de las clases, el principal material de referencia son los apuntes de la asignatura disponibles en el campus virtual. Además, puede utilizarse también la bibliografía recomendada que indique el profesor, que estará disponible para los alumnos en la Biblioteca de la Universidad.

BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

Brown, T. (2009). Design Thinking: una metodología poderosa para decretar el éxito de la innovación. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Krug, S. (2014). No me hagas pensar: una aproximación a la usabilidad en la web. Madrid: Pearson Educación.

Saffer, D. (2010). Diseño de interacción: más allá de la interacción hombre-máquina. Beijing: O'Reilly Media.

Pernice, K., y Nielsen, J. (2016). UX Research: practical techniques for designing better products. Fremont, CA: Nielsen Norman Group.

Morville, P., y Rosenfeld, L. (2006). La arquitectura de la información para la World Wide Web. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

Recursos bibliográficos de la Universidad Villanueva: <https://biblioteca.villanueva.edu>

» HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

1. Los horarios podrán ser consultados en tiempo real en: [Horarios](#)
2. El calendario de exámenes podrá ser consultado en el siguiente link sobre el general para Grados del curso 2024-25. [Calendario Académico](#)
3. Tutorías: el profesor publicará el horario de tutorías en el campus virtual de la asignatura, con independencia de que el alumno pueda solicitar por correo electrónico a la dirección del profesor las tutorías necesarias.

» PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE

Esta guía docente se ha elaborado de acuerdo a la memoria verificada de la titulación.