

1. Datos Generales de la asignatura

Nombre de la asignatura:	Diseño de Productos Digitales
Clave de la asignatura:	IDD-2402
SATCA¹:	2-3-5
Carrera:	Licenciatura en administración

2. Presentación

Caracterización de la asignatura
Esta asignatura aporta al perfil del Licenciado en Administración la capacidad de crear organizaciones que contribuyan a la transformación económica y social, identificando las oportunidades de negocios en un contexto global, comprender los objetivos y metas que se buscan lograr con los productos digitales. Esto puede incluir la solución de un problema específico, la satisfacción de una necesidad del usuario o la creación de una experiencia innovadora. En la asignatura se llevarán a cabo actividades que permitan aplicar las tecnologías de la información y comunicación para optimizar el trabajo y desarrollo de la organización, permitiendo crear y desarrollar proyectos sustentables aplicando herramientas administrativas y métodos de investigación de vanguardia, con un enfoque estratégico, multicultural, humanista y tecnológico. La competencia en el ámbito del diseño de productos digitales es alta y está en constante evolución debido a varios factores clave: Innovación tecnológica: Los avances tecnológicos, como la inteligencia artificial, la realidad aumentada, la realidad virtual, el Internet de las cosas y la computación en la nube, continúan transformando el panorama digital. Las empresas que adoptan estas tecnologías de manera efectiva pueden ganar ventajas competitivas significativas al ofrecer productos digitales más avanzados y relevantes. Experiencia del usuario: La satisfacción del usuario se ha convertido en un diferenciador clave en la competencia de productos digitales. Las empresas que priorizan la experiencia del usuario y ofrecen interfaces intuitivas, diseño atractivo,

¹ Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos

y funcionalidades útiles suelen tener una ventaja competitiva sobre aquellas que descuidan este aspecto.

Agilidad y rapidez de desarrollo: La capacidad de desarrollar y lanzar productos digitales de manera rápida y eficiente es crucial en un mercado dinámico y competitivo. Las metodologías ágiles permiten a las empresas adaptarse rápidamente a los cambios en las necesidades del mercado y lanzar actualizaciones frecuentes del producto.

Análisis de datos y personalización: La capacidad para recopilar, analizar y utilizar datos de manera efectiva puede impulsar la personalización del producto digital y la oferta de experiencias más relevantes para los usuarios. Las empresas que aprovechan los datos para comprender mejor a sus usuarios y adaptar sus productos en consecuencia tienen una ventaja competitiva significativa.

Diseño centrado en el usuario: Las empresas que adoptan un enfoque centrado en el usuario en todas las etapas del diseño y desarrollo del producto suelen tener una ventaja competitiva. Esto implica comprender las necesidades y preferencias de los usuarios, realizar pruebas de usabilidad y adaptar el diseño del producto en función de los comentarios de los usuarios.

Lanzamiento y mantenimiento: Lanzar el producto digital al mercado y proporcionar soporte continuo para garantizar su funcionamiento óptimo. Esto puede incluir la optimización del rendimiento, la actualización de contenido, la solución de problemas técnicos y la incorporación de nuevas características según sea necesario.

Intención didáctica

La intención de la asignatura implica el diseño de productos digitales en combinación de investigación, planificación, diseño creativo, desarrollo técnico y pruebas para crear productos digitales efectivos y satisfactorios para los usuarios.

La estructura general de la asignatura se comprende de la siguiente manera, recordando que el docente es el pilar que debe de llevar a cabo las actividades que permitan que el estudiante adquiera las competencias pertinentes para cada uno de los temas, cuente con las competencias para realizar proyectos de diseño de productos digitales:

En el tema 1 se comprende el análisis y la relación de conceptos sobre la evolución de los productos digitales, para identificar la importancia del diseño digital, sus ventajas y las oportunidades que se puedan generar, además de, definir cómo

interactúan los usuarios con el producto digital a través de diferentes dispositivos y plataformas.

En el tema 2 se identifica y se comprende a los usuarios potenciales del producto digital. Esto implica la creación de perfiles de usuario, la comprensión de sus necesidades, deseos y comportamientos, así como la consideración de sus capacidades y limitaciones técnicas, esto implica el diseño de la navegación, la interactividad de los elementos de la interfaz de usuario y la respuesta del sistema a las acciones del usuario.

En el tema 3 se aborda el diseño, estructura y organización del contenido del producto digital para garantizar una navegación intuitiva y una experiencia de usuario fluida. Esto implica la creación de mapas de sitio, diagramas de flujo y jerarquías de información.

En el tema 4 se realizan investigaciones de mercado, análisis competitivos y estudios de usuarios para recopilar datos relevantes que guíen el diseño del producto, desarrollar la apariencia estética del producto digital, incluidos elementos como el diseño de interfaz de usuario, tipografía, paleta de colores, iconografía y gráficos.

3. Participantes en el diseño y seguimiento curricular del programa

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Observaciones
Instituto Tecnológico de Bahía de Banderas. Marzo 2024	Integrantes de las Academias de Ciencias Económico-Administrativas y Ciencias Básicas del Instituto Tecnológico de Bahía de Banderas	Diseño Curricular para la Integración de la Especialidad Inteligencia Digital en la Gestión de las Organizaciones del Programa Académico de Licenciatura en Administración del Instituto Tecnológico de Bahía de Banderas

4. Competencia(s) a desarrollar

Competencia(s) específica(s) de la asignatura
Innovar y ofrecer experiencias tecnológicas personalizando productos de acuerdo a las necesidades del mercado, desarrollando así una estrategia de marca y marketing efectiva.

5. Competencias previas

Conocimiento el ámbito de los sistemas de información de mercadotecnia, innovación y emprendedurismo, dinámica social, formulación y evaluación de proyectos y plan de negocios.

6. Temario

No.	Temas	Subtemas
1.	Introducción al Diseño de Productos Digitales	1.1. Definición de productos digitales. 1.2. Importancia y evolución del diseño en productos digitales. 1.3. Principios básicos de diseño.
2.	Principios de diseño de productos digitales	2.1. Métodos de investigación de usuarios. 2.1.1. Diseño centrado en el usuario. 2.1.2. Usabilidad y experiencia del usuario (UX). 2.1.3. Interacción y experiencia de usuario (UI). 2.2. Accesibilidad y diseño inclusivo. 2.3. Análisis de la competencia. 2.3.1. Personas y escenarios.
3.	Diseño visual	3.1. Principios de diseño visual. 3.2. Elección de colores y tipografías. 3.3. Creación de identidad visual de marca. 3.4. Uso de gráficos e iconografía.
4.	Lanzamiento y gestión de productos digitales	4.1. Estrategias de lanzamiento. 4.2. Métricas de rendimiento y seguimiento. 4.3. Estrategias de marketing digital. 4.4. Mantenimiento y actualización de productos digitales. 4.5. Nuevas tecnologías y tendencias emergentes

7. Actividades de aprendizaje de los temas

Tema 1: Introducción al Diseño de Productos Digitales	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): - Analiza y relaciona conceptos sobre la evolución de los productos digitales, para identificar la importancia del diseño digital, sus ventajas y las oportunidades que se puedan generar. Genéricas: - Capacidad de análisis y síntesis. - Comunicación oral y escrita. - Capacidad de gestión de la información. - Trabajo en equipo. - Razonamiento crítico. - Compromiso ético. - Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos en la práctica. - Uso de Internet como medio de comunicación y como fuente de información.	- Realiza una investigación de las definiciones de productos digitales. - Realiza una línea de tiempo sobre la evolución del diseño digital. - Investiga los principios básicos de diseño. - En plenaria se define la importancia del diseño en productos digitales.
Tema 2: Principios de diseño de productos digitales	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): - Identifica y analiza los métodos de investigación de usuarios para clasificar los escenarios de los productos digitales. Genéricas: - Capacidad de análisis y síntesis. - Capacidad de organizar y planificar. - Trabajo en equipo. - Habilidades interpersonales. - Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario.	- Investiga los diferentes métodos de investigación de usuarios. - Realiza un cuadro comparativo con los diferentes usuarios de interfaces y de experiencia. - Realiza entrevistas con usuarios para la creación del diseño de un producto. - Realiza un análisis competitivo, testeo de usabilidad del diseño de su producto. - Realiza un mapa de empatía, sobre el producto definido.

• Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos en la práctica.	
Tema 3: Diseño visual	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): • Identifica y analiza los principios del diseño visual para realizar bosquejos de productos digitales. Genéricas: • Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. • Habilidades de investigación • Capacidad de aprender. • Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones. • Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario. • Capacidad para diseñar y gestionar proyectos.	1. Investiga los principios del diseño visual digital (tipología, color, iconografía y diseño de botones). 2. Diseña el bosquejo digital para realizar pruebas exhaustivas del producto con el fin de identificar y corregir errores, así como para evaluar la experiencia del usuario y la efectividad del diseño. 3. Lleva a cabo pruebas de usabilidad, pruebas de rendimiento y pruebas de accesibilidad al producto. Basándose en los resultados de las pruebas, se realizan iteraciones en el diseño para mejorar continuamente el producto.
Tema 4: Lanzamiento y gestión de productos digitales	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): • Diseña un producto digital para realizar el lanzamiento bajo las directrices del marketing digital. Genéricas: • Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. • Habilidades de investigación • Capacidad de aprender. • Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones. • Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario. • Capacidad para diseñar y gestionar proyectos.	• Realiza entrevistas con usuarios, pruebas de usabilidad, análisis de datos y estudios de tendencias. • Crea un diseño atractivo y coherente que refleje la identidad de la marca y mejore la usabilidad. • Implementa el diseño del producto digital utilizando tecnologías adecuadas para la plataforma objetivo.

8. Práctica(s)

- Realiza una visita a empresa.
- Realiza una plenaria sobre la importancia del diseño en productos digitales.
- Realiza un análisis competitivo, testeo de usabilidad del diseño de su producto.
- Realiza un mapa de empatía, sobre el producto definido.
- Realiza entrevistas con usuarios de su localidad para diseñar pruebas de usabilidad, análisis de datos y estudios de tendencias.
- Diseña el bosquejo digital para realizar pruebas exhaustivas del producto con el fin de evaluar la experiencia del usuario y la efectividad del diseño.

9. Proyecto de asignatura

El objetivo del proyecto que planteé el docente que imparta esta asignatura, es demostrar el desarrollo y alcance de la(s) competencia(s) de la asignatura, considerando las siguientes fases:

- **Fundamentación:** marco referencial (teórico, conceptual, contextual, legal) en el cual se fundamenta el proyecto de acuerdo con un diagnóstico realizado, mismo que permite a los estudiantes lograr la comprensión de la realidad o situación objeto de estudio para definir un proceso de intervención o hacer el diseño de un modelo.
- **Planeación:** con base en el diagnóstico en esta fase se realiza el diseño del proyecto por parte de los estudiantes con asesoría del docente; implica planificar un proceso: de intervención empresarial, social o comunitaria, el diseño de un modelo, entre otros, según el tipo de proyecto, las actividades a realizar los recursos requeridos y el cronograma de trabajo.
- **Ejecución:** consiste en el desarrollo de la planeación del proyecto realizada por parte de los estudiantes con asesoría del docente, es decir en la intervención (social, empresarial), o construcción del modelo propuesto según el tipo de proyecto, es la fase de mayor duración que implica el desempeño de las competencias genéricas y específicas a desarrollar.
- **Evaluación:** es la fase final que aplica un juicio de valor en el contexto laboral-profesión, social e investigativo, ésta se debe realizar a través del reconocimiento

de logros y aspectos a mejorar se estará promoviendo el concepto de “evaluación para la mejora continua”, la metacognición, el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo en los estudiantes.

10. Evaluación por competencias

La evaluación debe ser continua y sumativa por lo que se debe considerar el desempeño en cada una de las actividades de aprendizaje, haciendo especial énfasis en la integración de los aprendizajes que permiten competencias:

- Reportes escritos de los resultados u observaciones obtenidas durante las actividades realizadas en cada unidad, así como de las conclusiones obtenidas de dichas observaciones.
- Información recabada durante las consultas e investigaciones solicitadas, plasmadas en documentos escritos.
- Descripción de otras experiencias concretas que se obtendrán al participar en eventos, conferencias, paneles de discusión o cualquier otro medio didáctico profesional que trate sobre la materia y que deberán realizarse durante el curso académico.
- Exámenes escritos y casos prácticos.
- Presentar producto digital.
- Elaborar y presentar para su defensa el proyecto presentado al final de semestre.

11. Fuentes de información

1. Allanwood, G., & Beare, P. (2022). Diseño de experiencias de usuario: Introducción práctica. Parramón Paidotribo.
2. Balsells, M. L. P., & Carrera, F. V. (2019). Grafología digital, tipográfica y del diseño visual. Editorial UOC.
3. Carmona, G. A. V., Ortega, F. J. R., Londoño, D. M. M., & Lubert, C. D. (2016). Perspectiva de los empleadores sobre la pertinencia académica del programa de diseño visual. *Kepes*, 13(13), 29-49. <https://doi.org/10.17151/kepes.2016.13.13.3>.
4. Castaño, L. C. (2015). Relaciones e interacciones parasociales en redes sociales digitales. Una revisión conceptual. *La Revista Icono* 14, 13(2), 23-47. <https://doi.org/10.7195/ri14.v13i2.853>.
5. Colliva, J. L. O., & Pascualena, M. L. S. (1999). Introducción al diseño digital: concepción y desarrollo de proyectos de comunicación interactiva. *Introducción Al Diseño Digital*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=63426>.

6. Gómez, I. J., & Viniegra, L. M. (2018). Ofertas de empleo mejor remuneradas en comunicación y diseño: nuevos perfiles y efecto full-stack. *Doxa. Comunicación/Doxa. Comunicación*, 27, 239-251. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n27a12>.
7. López, F. C. L., & Valencia, M. H. (2005). Diseño digital. Metodología para la creación de proyectos interactivos. *Kepes*, 2(1), 139-156. <https://biblat.unam.mx/es/revista/kepes/articulo/disenio-digital-metodologia-para-la-creacion-de-proyectos-interactivos>.
8. Márquez, B. L. V., Hanampa, L. A. I., & Portilla, M. G. M. (2021). Design Thinking aplicado al Diseño de Experiencia de Usuario. *Innovación y Software*, 2(1), 6-19. <https://doi.org/10.48168/innosoft.s5.a35>.
9. Marulanda, W. C., & Carmona, G. A. V. (2018). El color como signo. Reflexiones sobre el diseño de mensajes visuales. *Kepes*, 15(18), 81-109. <https://doi.org/10.17151/kepes.2018.15.18.4>.
10. Medina, I. (2024). Una Guía para Emprendedores Jóvenes, Éxito en México, Productos Digitales con Identidad Mexicana. KNI Publishing Inc.
11. Wood, D. (2022). Diseño de interfaces: Introducción a la comunicación visual en el diseño de interfaces de usuario. Parramón Paidotribo.