ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Experiencia de Usuario y Optimización de la Conversión en Webs y Tiendas Online

4 ECTS | 100 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Amplía tu formación con el Curso de Formación Permanente en Experiencia de Usuario y Optimización de la Conversión en Webs y Tiendas Online de ICUFOR. En el contexto digital actual, donde la competencia por captar y retener usuarios es cada vez más intensa, dominar las estrategias que mejoran la interacción y aumentan los resultados de negocio se ha convertido en una competencia imprescindible para cualquier profesional del entorno digital.

A lo largo del programa, profundizarás en los fundamentos de la experiencia de usuario (UX) y la optimización de la tasa de conversión (CRO), aprendiendo a investigar el comportamiento de los usuarios, diseñar interfaces efectivas y aplicar técnicas de persuasión digital.

Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos de la experiencia de usuario y la optimización de la conversión digital, identificando sus dimensiones, principios psicológicos y marcos metodológicos aplicables a webs y tiendas online.

Diseñar experiencias de usuario eficaces para sitios web y comercio electrónico, integrando principios de arquitectura de la información, diseño visual, prototipado, accesibilidad y diseño *responsive*.

Utilizar herramientas de analítica web y experimentación, configurando sistemas de medición, interpretando métricas accionables y diseñando pruebas A/B con rigor estadístico para la toma de decisiones basada en datos.

Dominar las técnicas de investigación de usuarios, aplicando métodos cualitativos y cuantitativos para analizar el comportamiento digital, construir *user personas* y mapear el *customer journey*.

Aplicar estrategias y técnicas de optimización de la tasa de conversión (CRO), diagnosticando barreras en el embudo de conversión y optimizando *landing pages*, formularios, flujos de *checkout* y elementos de persuasión.

Desarrollar una visión integral de la experiencia de compra en tiendas online, optimizando fichas de producto, sistemas de búsqueda y filtrado, generación de confianza y estrategias de fidelización post-compra.

Objetivos del curso

Incorporar criterios éticos y tendencias tecnológicas emergentes en los proyectos de UX y CRO, diferenciando prácticas de diseño transparente frente a *dark patterns* y valorando el impacto de la inteligencia artificial, las interfaces de voz y las experiencias inmersivas.

Temario

01 Fundamentos de la experiencia de usuario y la optimización de la conversión digital

1.1. Concepto, evolución y relevancia de la experiencia de usuario (UX) en el entorno digital
1.2. Introducción a la optimización de la tasa de conversión (CRO): definición y alcance
1.3. El ecosistema digital actual: webs corporativas, landing pages y tiendas online
1.4. Principios psicológicos fundamentales aplicados al comportamiento del usuario digital
1.5. Marco metodológico integrado para la mejora de la experiencia y la conversión

02 Investigación de usuarios y análisis del comportamiento digital

2.1. Fundamentos de la investigación de usuarios en proyectos de UX y CRO
2.2. Técnicas cualitativas de investigación: entrevistas, grupos focales y observación contextual
2.3. Técnicas cuantitativas: encuestas, análisis de datos y benchmarking competitivo
2.4. Creación y utilización de personas (user personas) y escenarios de uso
2.5. Customer journey mapping: mapeo del recorrido completo del usuario
2.6. Evaluación de interfaces: análisis heurístico y tests de usabilidad

Temario

03 Diseño de experiencia de usuario para sitios web y comercio electrónico

3.1. Principios fundamentales del diseño centrado en el usuario (DCU)
3.2. Arquitectura de la información: organización y estructuración de contenidos web
3.3. Diseño de interacción y patrones de navegación efectivos en entornos web
3.4. Diseño visual y jerarquía de la información en interfaces digitales
3.5. Diseño responsive y experiencia de usuario en dispositivos móviles
3.6. Prototipado y herramientas profesionales de diseño UX
3.7. Accesibilidad web y diseño inclusivo como factor de conversión

Temario

04 Estrategias y técnicas de optimización de la tasa de conversión (CRO)

4.1. Metodología CRO: el proceso sistemático de optimización de conversiones
4.2. Análisis del embudo de conversión (funnel analysis) en webs y tiendas online
4.3. Optimización de landing pages y páginas de destino de alto rendimiento
4.4. Optimización de formularios, procesos de registro y flujos de checkout
4.5. Técnicas de persuasión y principios de influencia aplicados a la conversión digital
4.6. Personalización y segmentación como palancas clave de optimización
4.7. Estrategias de recuperación de carritos abandonados y retención de clientes
4.8. Velocidad de carga, rendimiento técnico y su impacto directo en la conversión

Temario

05 Analítica web, experimentación y medición de resultados

5.1. Fundamentos de la analítica web aplicada a la optimización de la conversión
5.2. Google Analytics 4 como herramienta central de análisis del comportamiento del usuario
5.3. Herramientas de análisis cualitativo del comportamiento del usuario en la web
5.4. Experimentación y testing: A/B testing, testing multivariante y split testing
5.5. Dashboards y reporting: comunicación de resultados y toma de decisiones basada en datos
5.6. Cultura de experimentación y mejora continua en la organización

06 Optimización integral de la experiencia de compra en tiendas online

6.1. Particularidades de la experiencia de usuario en plataformas de comercio electrónico
6.2. Diseño y optimización de páginas de producto para maximizar la conversión
6.3. Diseño de catálogos, sistemas de búsqueda interna y filtrado avanzado de productos
6.4. Generación de confianza, credibilidad y seguridad en el entorno de compra online
6.5. Experiencia post-compra y estrategias de fidelización del cliente digital

Temario

07 Ética, innovación tecnológica y tendencias de futuro en experiencia de usuario y optimización de la conversión

7.1. Inteligencia artificial y automatización aplicadas a la UX y la optimización de la conversión
7.2. Nuevos paradigmas de interacción: interfaces de voz, realidad aumentada y experiencias inmersivas
7.3. Ética en el diseño de experiencias y la optimización de la conversión
7.4. Prospectiva y evolución futura de la experiencia de usuario y la conversión digital

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 4 créditos ECTS y 100 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06
Contenidos actualizados
Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07
El curso, por escrito
Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08
Autónomo, pero acompañado
Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09
Enseñanza adaptada
Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10
Estudio sencillo e intuitivo
Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

