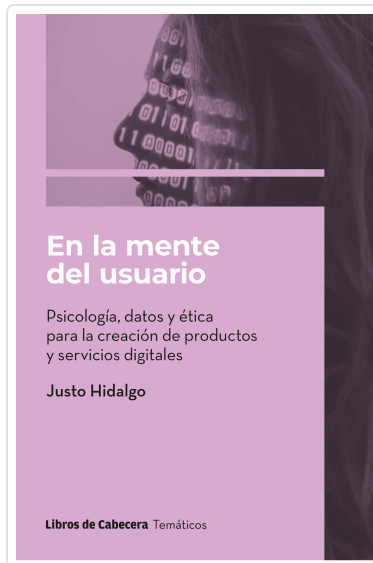


EN LA MENTE DEL USUARIO



HIDALGO, JUSTO

SYNOPSIS

Mientras el mundo de la literatura especializada en diseño de productos digitales suele gravitar entre dos extremos, los textos centrados en la psicología del usuario y aquellos enfocados en la aplicación técnica y estadística de los datos, En la mente del usuario establece un puente esencial entre ambos mundos: desde entender la psicología intrincada del ser humano hasta la aplicación práctica mediante técnicas avanzadas de ciencia de datos. Y lo hace siempre con un enfoque ético y responsable.

Este libro desafía la tendencia de los textos divulgativos que a menudo se quedan en la superficie. En lugar de presentar ideas y conceptos sin ahondar en ellos, guía al lector hacia profundidades menos exploradas, proporcionando herramientas y conocimientos esenciales que se traducen en un valor real al diseñar y crear. El lector no solo encontrará teorías, sino cómo estas se materializan en acciones concretas para generar productos y servicios de máximo valor.

En la mente del usuario es una obra interdisciplinaria, humanista, con casos prácticos y compromiso ético que pretende ser una introducción a la creación de productos y servicios digitales; dirigido a emprendedores, directivos y profesionales con foco en la gestión responsable de los datos....



Editorial	LIBROS DE CABECERA
Subject	Ventas y marketing
Collection	Temáticos
EAN	9788412678321
Status	Disponible
Pages	210
Size	220x145x11 mm.
Weight	343
Price (Tax inc.)	24,95€

Related Titles



SALIR EN LOS MEDIOS
PERALTA MAS, MIGUEL



ORGANIZACIONES ÁGILES
MUSSONS, SERGI



AUTOLIDERAZGO EN LA EMPRESA Y EN LA VIDA
CUERVO, JORGE



IR A LA LUNA ES FÁCIL, LO DIFÍCIL ES ENCONTRAR UN BUEN COMERCIAL
GÓMEZ VISEDÓ, DANIEL