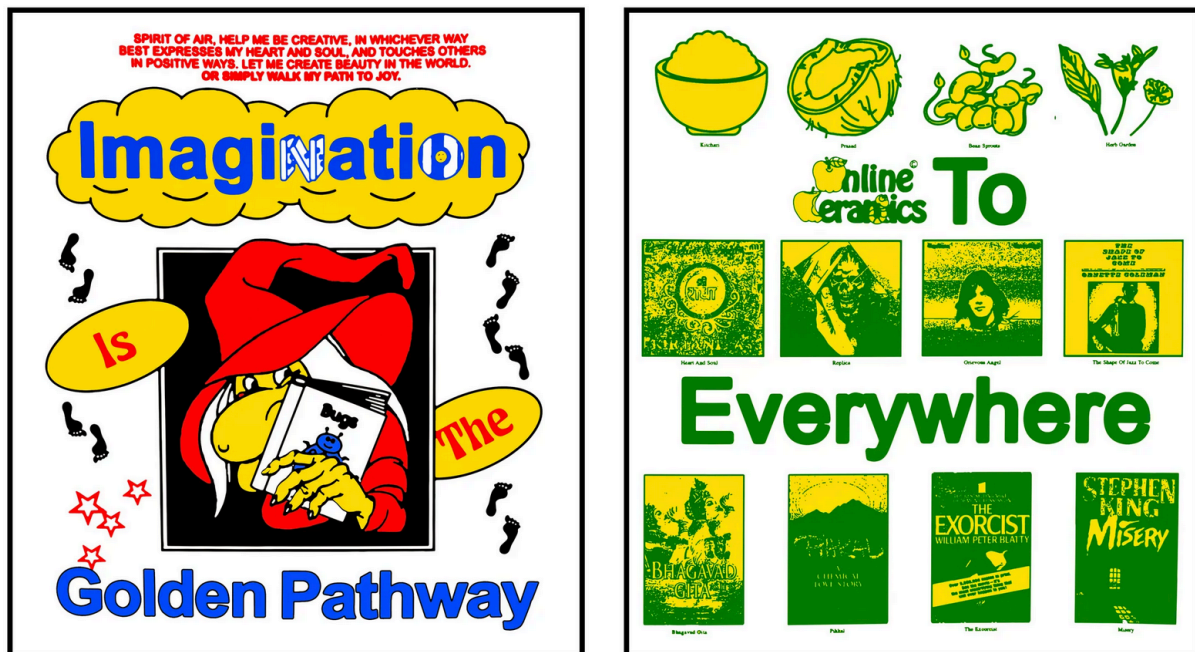


Online Ceramics <https://online-ceramics.com/> es un colectivo con base en Los Ángeles que vende productos inspirados en la contracultura americana y la estética psicodélica.

A pesar de tener una identidad visual muy cuidada en lo que produce se han dado cuenta que su tienda online presenta diversas oportunidades de mejora desde el punto de vista de la experiencia de usuario: navegación, arquitectura de la información, legibilidad, jerarquía visual, y sobre todo accesibilidad para diferentes tipos de usuarios.

Se han planteado cuestiones como: ¿se puede respetar la expresividad de la marca sin sacrificar la usabilidad del sitio?



El proyecto se ha dividido en fases que incluyen entregas al final de cada fase.

Fase 1 (30/09-13/10)
Análisis del sitio actual

Entregables

Pdf con análisis del sitio que incluya capturas comentadas de páginas clave (home, producto, checkout) e ideas de mejora.

Análisis de:

- Navegación y arquitectura de la información
- Legibilidad y jerarquía visual
- Estética / identidad de marca
- Usabilidad
- Accesibilidad

Fase 2 (13/10-24/10)
Moodboard + Wireframes Baja Fidelidad

Entregables

Pdf que incluya moodboard y al menos tres pantallas low-fi (home, página de inicio, carrito)

Fase 3 (27/10-14/11)
Prototipo alta fidelidad

Entregables

Pdf Dossier que muestre mínimo 3 pantallas
Paleta de colores
Tipografía

Fase 4 (14/11-27/11)
Prototipo Responsive

Entregables

Pdf Dossier que muestre mínimo 3 pantallas móvil
Breve presentación de la marca
Paleta de colores
Tipografía

RÚBRICA DE CORRECCIÓN
Total ejercicio 100% nota final

Fase 1 (25%)
Análisis (50%)
Identificación de problemas 25%
Propuesta de mejora 25%

Fase 2 (25%)
Moodboard 50%
Ideación y proceso 50%

Fase 3 (25%)
Coherencia con la marca 33%
Concepto y creatividad 33%
Imágenes finales 33%

Fase 4 (25%)
Coherencia con el sistema de diseño 50%
Presentación y comunicación del proyecto 50%