



Minor en Innovación

Nombre asignatura	Innovación II: Design Thinking: Pensamiento Orientado a Soluciones			
Créditos	4			
Horas presenciales	-			
Requisito	Sí, Innovación I			
¿En horario Minor?	Sí, se dicta en horario minors			
Semestre en el que se dicta*	<input checked="" type="checkbox"/>	1	<input checked="" type="checkbox"/>	2
¿Forma parte de la malla de alguna carrera?	<input type="checkbox"/>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO

*La primera vez **SOLO** se impartirá el segundo semestre en el 2016 y a partir del 2017 se impartirá en los dos semestres.

I. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este curso es una introducción a la aplicación del Design Thinking a la solución de problemas. Metodología que permite aplicar el proceso de innovación y realizar exitosamente el lanzamiento hacia el mercado. El curso incluye definiciones de innovación, indicadores de oportunidades, etapas del proceso de innovación, construcción de ventajas competitivas con innovación y desarrollo de modelos de negocios para la innovación.

El curso se hará hincapié en el Design Thinking como herramienta para la solución de problemas en situaciones reales. Para ello, los participantes buscarán usar el desarrollo tecnológico como fuente de inspiración para identificar una solución nueva que resuelva una problemática o necesidad de un grupo relevante de personas.

II. OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Conocer que es Design Thinking
- Comprender la metodología del Design Thinking
- Comprender como aplicar la herramienta para diseñar alternativas de solución a un amplio rango de problemas
- Entender cómo identificar, cuantificar el potencial y presentar adecuadamente una nueva idea de producto o servicio innovador
- Estar familiarizado con los procesos, métodos y herramientas para crear una solución innovadora a los problemas y el desarrollo de soluciones: la observación, la definición, la representación, la ideación, la evaluación y la toma de decisiones
- Mejorar sus habilidades de pensamiento creativo e innovador



III. METODOLOGÍA DEL CURSO

El curso busca que el participante comprenda y aplique conocimientos específicos a cada una de las etapas de desarrollo de una innovación. El curso tiene una mezcla entre clases, lecturas y actividades prácticas en las que los participantes van avanzando en el desarrollo de una innovación. Para ello los alumnos tendrán actividades y controles individuales y grupales. Las actividades individuales incluyen pruebas y controles de lectura. Las actividades grupales son informes y presentaciones de avance de trabajo en grupo.

Para la preparación de cada clase, el alumno deberá realizar, con anticipación a ella, lecturas o actividades que son fundamentales para el logro de las metas de cada sesión. Esta metodología centra el aprendizaje en el alumno, por lo que el alumno deberá preparar todas las clases, ya sea con lecturas o tareas asignadas, para que en cada clase se refuercen los tópicos principales, se apliquen los conceptos a casos reales y se resuelvan dudas para así asimilar de mejor manera el conocimiento. La participación en clases es fundamental y obligatoria para aprobar el curso y ésta será evaluada.

IV. CONTENIDOS

Unidad I: Design Thinking.

Concepto de Design Thinking. Como funciona. Elementos de Metodología. Comparación con métodos tradicionales. Análisis de casos de aplicación. Definiendo y visualizando desafíos. Lenguaje de Diseño. Investigación y “Customer Journey”.

Unidad II: Cómo liderar una solución innovadora

Conceptos y mapas mentales que facilitan o dificultan el comprender el diseño, el problema y la capacidad de liderar una nueva solución. Herramientas de visualización de soluciones: “imagery” y “storytelling”.

Unidad III: Cómo usar Design Thinking para generar ideas innovadoras

El proceso del Design Thinking. Elementos del proceso: empatizar, definir, idear, prototipar, evaluar. Herramientas y aplicación. Analizando y sintetizando la investigación. Brainstorming y prototipo

Unidad IV: Cómo usar Design Thinking para analizar el potencial de las nuevas ideas

Aplicaciones y herramientas

V. EVALUACIONES Y PONDERACIONES

Participación en Clases	20%
Informes	20%
Trabajo en Grupo	20%
Presentación Final (Examen)	<u>40%</u>
	100%



VI. LECTURAS OBLIGATORIAS

Bibliografía básica:

- **Texto Guía**
 - **Designing for Growth: A Design Thinking Tool Kit for Managers.** Jeanne Liedtka and Tim Ogilvie. Columbia Business School Publishing. 2011
 - **Generación de Modelo de Negocio.** Alexander Osterwalder and Yves Pigneur. Editorial Deusto.

VII. TRABAJO EN GRUPO

Durante el semestre los grupos deberán diseñar y aplicar una solución a un problema del mundo de los negocios o de la problemática social. Deberán usar como fuente de la idea una nueva tecnología o avance científico que serán asignados por el profesor del ramo. Los grupos serán de cinco personas y deberán ser definidos durante la primera semana de clases.

La segunda semana el profesor asignara por sorteo los temas a cada uno de los alumnos, los cuales deberán realiza las actividades semanalmente.