



## **PROGRAMA DE CURSO**

CURSO	:	<b>DESIGN THINKING PARA LOS NEGOCIOS</b>
SIGLA	:	EAA 209I
CREDITOS	:	10
MODULOS	:	2
REQUISITOS	:	EAA200A y EAA201E
CARACTER	:	OPTATIVO
<b>DISCIPLINA</b>	:	<b>ADMINISTRACIÓN</b>

Profesora: Paula Broitman [pbroitman@uc.cl](mailto:pbroitman@uc.cl)

Ayudantes: Diego Allende [dallende1@uc.cl](mailto:dallende1@uc.cl) y Macarena Montesinos [mimontesinos@uc.cl](mailto:mimontesinos@uc.cl)

### **I. DESCRIPCION**

Este curso introduce a los alumnos en el design thinking, una metodología ampliamente utilizada para la innovación aplicada. Permite la resolución creativa de problemas conectando conocimientos de diversas áreas para llegar a una solución humanamente deseable, técnicamente viable y económicamente rentable. El design thinking se integra fluidamente en las organizaciones y emprendimientos ya que pone las necesidades de los usuarios en el centro del problema y las consecuentes soluciones. Facilita la implementación de ideas para mejorar procesos, abordar nuevos mercados, desarrollar productos y mejorar sustancialmente la experiencia de los usuarios con las organizaciones.

### **II. OBJETIVOS**

El curso tiene como objetivo general que los alumnos aprendan y se entrenen en el uso de una metodología que es muy útil para analizar los negocios en una forma integral. Asimismo facilita la obtención de soluciones innovadoras en el caso de problemas complejos, ya que se trabaja con pensamiento divergente y convergente para estimular la capacidad creativa y resolutiva.

A nivel específico los objetivos son:

1. Aprender a enfrentar un desafío de innovación basándose en las necesidades de un usuario real.
2. Aplicar e interpretar, trabajando en equipo, un set de herramientas para cada una de las etapas del proceso de design thinking.
3. Conocer distintas formas de prototipado rápido y de bajo costo para poder testear soluciones e incorporar mejoras.
4. Comprender la importancia de las fallas para poder aprender y generar mejoras continuas.
5. Desarrollar el pensamiento creativo en los alumnos.

### III. CONTENIDOS

1. La importancia y aplicación de las metodologías para la innovación
2. El design thinking en el mundo actual
3. Empatía: Conocer las necesidades del usuario para quien se diseña
4. Definir: Encuadrar los problemas como oportunidades para soluciones creativas
5. Idear: generar un rango de posibles soluciones
6. Prototipar: Comunicar a otros los elementos centrales de la solución
7. Testear: Aprender qué funciona y qué no para mejorar las soluciones.
8. Cultura de innovación
9. Cómo mejorar la creatividad en la organización

### IV. METODOLOGIA

El curso utilizará una metodología basada en clases expositivas y su aplicación práctica:

- Presentación de casos reales
- Trabajos en equipo
- Realización de talleres prácticos en clases
- Reflexiones individuales
- Exposiciones de alumnos
- Invitados

### V. EVALUACION

El curso tiene un enfoque que privilegia el desarrollo de habilidades y la aplicación práctica de los conocimientos aprendidos. El mejor aprendizaje para la innovación y la creatividad ocurre cuando los estudiantes se involucran y participan aplicando los conceptos aprendidos. Por esto la evaluación busca la experimentación y la reflexión de los alumnos en torno a los temas analizados.

La nota se compone de cuatro partes:

- |                      |     |
|----------------------|-----|
| 1. Evaluación 1      | 20% |
| 2. Evaluación 2      | 30% |
| 3. Ensayo            | 10% |
| 4. Examen – Proyecto | 40% |

#### **1. Evaluación 1 (20%)**

En semana de pruebas

#### **2. Evaluación 2 (30%)**

En semana de pruebas

#### **3. Ensayo (10%)**

Consiste en una reflexión individual sobre la experiencia de aprendizaje obtenida durante el curso. Se realiza en forma posterior a la presentación final y se sube a webcursos. Las instrucciones y la fecha de entrega se publicarán a principios de junio.

#### **4. Examen – Proyecto grupal (40%)**

El Examen se trata de un proyecto en equipo, en grupos de 5 alumnos, que se desarrollará a partir de la primera semana de abril. Cada grupo debe abordar un desafío de innovación desde su identificación y posterior definición, hasta un prototipo de baja resolución que deberá presentar al curso al final del semestre.

Las fechas de las entregas y presentaciones se publicarán durante el mes de marzo.

#### **5. Reglas generales de la Facultad**

Los requisitos mínimos que el alumno debe cumplir para tener derecho a rendir el examen final del curso: Estos requisitos fueron definidos por el Comité Docente de la Facultad y son los siguientes:

**1.** Haber sido evaluado en al menos el 50% del porcentaje total del curso sin considerar la ponderación del examen.

**Ejemplo:** Si el examen del curso tiene una ponderación del 30% del total del curso, el alumno deberá haber sido calificado en al menos un 35% de la ponderación final del curso [= 50% x (1 – 0,3)].

**2.** Tener una nota de presentación al examen de al menos 3,0.

El alumno que no cumpla con los requisitos antes señalados, no tendrá derecho a rendir el examen.

El alumno que por no cumplir requisitos no pueda rendir el examen y tenga nota de presentación inferior a 4,0, se le mantendrá la nota de presentación como calificación final del curso. Si por el contrario, el alumno tiene una nota de presentación igual o mayor a 4,0 y no pueda rendir el examen por no cumplir con el punto 1 antes señalado, será calificado con una nota final en el curso de 3,9.

En cualquier caso, independientemente de las justificaciones que pueda tener un alumno, ningún examen puede tener una ponderación superior a 70% de la nota final. Si por cualquier motivo la ponderación del examen supera el 70%, el exceso sobre 70% se califica con nota 1,0.

#### **VI. BIBLIOGRAFIA** (Títulos disponibles en Sistema de Bibliotecas UC)

Brown, Tim	Change by Design: how design thinking transforms organizations and inspires innovation, Estados Unidos, Harper, 2009.
Liedtka , Jeanne & Ogilvie, Tim	Designing for Growth, Estados Unidos, Columbia University Press, 2011.
Martin, Roger	The Design of Business: Why design thinking is the next competitive advantage, Estados Unidos, Harvard Business Press, 2011.
Seelig, Tina	inGenious: A Crash Course on Creativity, Estados Unidos, Harper One, 2012.

**VII. CALENDARIO**

Clase	Fecha	Tema
1	Mi, 6 marzo	Presentación del Curso Introducción a la innovación <b>Lecturas:</b> 1. What is Design Thinking and Why Is It So Popular?; The Interaction Design Foundation: <a href="https://www.interaction-design.org/literature/article/what-is-design-thinking-and-why-is-it-so-popular">https://www.interaction-design.org/literature/article/what-is-design-thinking-and-why-is-it-so-popular</a> 2. Navegar en sitios web recomendados en webcursos
2	Lu, 11 marzo	Introducción a la innovación Procesos de innovación <b>Lecturas:</b> 1. The Design of Business: Why design thinking is the next competitive advantage, Roger Martin, Estados Unidos, Harvard Business Press, 2011. Capítulo 3
3	Mi, 13 marzo	Design Thinking: Un proceso de innovación centrado en las personas <b>Lecturas:</b> 1. Design Thinking, Tim Brown, Harvard Business Review, Junio 2008. 2. The Design of Business: Why design thinking is the next competitive advantage, Roger Martin, Estados Unidos, Harvard Business Press, 2011. Capítulo 3
4	Lu, 18 marzo	Taller de Design Thinking Cada alumno debe llevar materiales de prototipado <b>Lecturas:</b> 1. Design Thinking, Tim Brown, Harvard Business Review, Junio 2008.
5	Mi, 20 marzo	<b>Mindsets para la innovación 1:</b> Innovator's DNA <b>Lecturas:</b> 1. The Innovator's DNA (Jeffrey H. Dyer, Hal Gregersen, Clayton M. Christensen); HBR; December 1, 2009,
6	Lu, 25 marzo	<b>Mindsets para la innovación 2:</b> Creatividad <b>Lecturas:</b> 1. inGenious: A Crash Course on Creativity, Estados Unidos, Harper One, 2012. Capítulos 1 y 2.
7	Mi, 27 marzo	<b>Mindsets para la innovación 3:</b> Zona de comfort y wrongology <b>Lecturas:</b> 1. The Science of Breaking Out of Your Comfort Zone
<b>ABRIL</b>		
8	Lu, 1 abril	<b>Mindsets para la innovación 4:</b> Trabajo en equipo para la innovación
9	Mi, 3 abril	<b>Proyecto de Innovación:</b> Pasos para estructurar un proyecto de innovación Herramientas para chequear importancia de la necesidad <b>Lecturas:</b> 1. Designing for Growth; Liedtka & Ogilvy, 2014- Field Book

10	Lu, 8 abril	<b>Proyecto de innovación:</b> Presentaciones de desafíos de innovación
	<b>Mi, 10 abril</b>	<b>EVALUACIÓN 1 (20%)</b>
11	Lu, 15 abril	Observación 1: herramientas y práctica <b>Lecturas:</b> Toolkit de innovación; Prof. Paula Broitman. Ver lecturas adicionales en sitio web.
12	Mi, 17 abril	Observación 2: herramientas y práctica <b>Lecturas:</b> Toolkit de innovación; Prof. Paula Broitman. Ver lecturas adicionales en sitio web.
13	Lu, 22 abril	Definición 1 <b>Lecturas:</b> Toolkit de innovación; Prof. Paula Broitman. Ver lecturas adicionales en sitio web.
14	Mi, 24 abril	Ideación 1: Generación de ideas <b>Lecturas:</b> Toolkit de innovación; Prof. Paula Broitman. Ver lecturas adicionales en sitio web.
15	Lu, 29 abril	Ideación 2: Selección de ideas <b>Lecturas:</b> Toolkit de innovación; Prof. Paula Broitman. Ver lecturas adicionales en sitio web.
<b>MAYO</b>		
	<b>Mi, 1º mayo</b>	<b>FERIADO: Día del Trabajo</b>
16	Lu, 6 mayo	Prototipado – prototipado rápido y representación <b>Lecturas:</b> 1. Innovation Through Design, Bill Moggridge, 2008.
17	Mi, 8 mayo	Prototipado – diseño de experimentos <b>Lecturas:</b> What Design Thinking Is Doing for the San Francisco Opera, David Hoyt and Robert I. Sutton, HBR, Jun 2016.
18	Lu, 13 mayo	Prototipado – storytelling <b>Lecturas:</b> 1. Prototyping is the Shorthand of Design, Tom Kelley, 2001.
19	Mi, 15 mayo	Presentaciones intermedias - 2 min por grupo
20	<b>Lu, 20 mayo</b>	<b>INTERFERIADO UC - Suspensión de las actividades académicas y administrativas.</b>
21	Mi, 22 mayo	Prototipos, propuestas de valor y modelos de negocios
22	Lu, 27 mayo	Creatividad en la empresa
	Mi, 29 mayo	<b>EVALUACIÓN 2 (30%)</b>
<b>JUNIO</b>		

23	Lu, 3 junio	Validación <b>Lecturas:</b> Toolkit de innovación; Prof. Paula Broitman. Ver lecturas adicionales en sitio web.
24	Mi, 5 junio	Validación <b>Lecturas:</b> Toolkit de innovación; Prof. Paula Broitman. Ver lecturas adicionales en sitio web.
25	Lu, 10 junio	Aprendizaje e iteración; Conclusiones y cierre del curso
26	Mi, 12 junio	Presentaciones Trabajo Final- PROYECTO
27	Lu, 17 junio	Presentaciones Trabajo Final- PROYECTO
28	Mi, 19 junio	Presentaciones Trabajo Final- PROYECTO Entrega de Ensayo
	<b>28 junio</b>	<b>NO HAY EXAMEN EN ESTA FECHA</b>

#### **VIII. AGENDAMIENTO DE REUNIONES**

La profesora está siempre disponible para conversar con los alumnos. Deben enviar un mail para agendar una reunión de preferencia para los lunes, martes o miércoles. Oficina 45-A, Programa de Innovación y Emprendimiento de Pregrado, 3er Piso Escuela de Administración. Para seguimiento y mentoría de los proyectos pueden agendar hora con los ayudantes o con la profesora también enviando un mail y siguiendo una pauta que deben completar en forma previa a la reunión.