



DISEÑO MICROCURRICULAR

Código: FT-EX-FCO-02

Versión: 02

Edición: 18/05/2016

1. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre Programa:	DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS CON DESIGN THINKING
Tipo de programa:	CURSO
Facultad articulada:	Comunicación
Programa articulado:	Comunicación y Relaciones Corporativas, Comunicación Gráfica Publicitaria, Comunicación y Lenguajes Audiovisuales, Comunicación y Entretenimiento Digital.
Duración:	30 horas

Público objetivo:

Comunicadores, diseñadores, ingenieros, emprendedores que conciban la innovación y creatividad como oportunidad para desarrollar su profesión o su negocio, generando a través del pensamiento de diseño, solución a problemas y necesidades de las personas, reduciendo el riesgo y los costos de desarrollo.

Justificación:

Estamos en un momento de la historia donde los productos y los servicios de mano de la tecnología, avanzan a pasos agigantados. Todos los días se generan nuevas aplicaciones, nuevas formas de resolver problemas y necesidades, a la vez que se crean otras nuevas dando paso a mercados hasta el momento desconocidos y a oportunidades de negocio. El pensamiento de diseño o “Design Thinking” como metodología, busca inspirar soluciones a estos problemas o necesidades a partir del entendimiento de las “personas”, de una forma no solo creativa e innovadora, sino también ágil, permitiendo de forma temprana evaluar la viabilidad en el desarrollo de la idea y la reducción de costos.

Objetivo general:

Desarrollar habilidades y competencias en el diseño de productos o servicios, entendiendo la importancia de centrarse en la solución de necesidades o problemas del usuario, para lograr validar de forma ágil la viabilidad de la idea y con ello reducir riesgos y costos en su implementación.

Objetivos específicos:

- Desarrollar habilidades para la identificación y definición de problemas de usuario.
- Conocer la metodología de Design Thinking para generar solución al problema.
- Validar el prototipo de producto creado para la solución del problema a partir de la implementación de la metodología.

Competencias:

Investigativa, analítica, interpretativa, argumentativa, creativa y propositiva.

Conocimientos Previos Requeridos:

Ninguno.

2. ESTRUCTURA

Módulos Temas	Intensidad horaria
Módulo 1: Análisis, identificación y definición del problema.	6 horas
Módulo 2: Design Thinking: Inspiration and Ideation: Brand Storming, Divergent and Convergent Thinking.	12 horas
Módulo 3: Implementation: Prototyping and testing.	12 horas

3. METODOLOGÍA**Estrategias didácticas:**

Presentación teórica de la técnica y metodología para el análisis, identificación y solución de problemas y necesidades centradas en el usuario.

Aplicación práctica del contenido, para la implementación y validación de un prototipo desarrollado de forma grupal.

Presentación de la idea y los hallazgos al aula de clase.

Apoyo audiovisual y bibliográfico para la exposición de contenido.

Aplicación de ceremonias SCRUM y del tablero Kanban durante las clases, como estrategia de sensibilización al contenido mediante su uso en la labor de docencia.

4. CONFERENCIANTES

David Zuluaga Ramirez, Comunicador Gráfico Publicitario y Especialista en Mercadeo de la UdeM, con postgrado en Dirección y Diseño de Proyectos Web de Elisava, Barcelona, España, certificado como Product Owner por Scrum Alliance y con estudios en procesos de diseño de productos en Delft University, Países Bajos, Design Thinking y Cooper Design Process. Trabajo en planeación estratégica en DDB, investigación de mercados en Mercadeo Estratégico y como Director de Mercadeo en Satrack SAS, actualmente se desempeña como Product Manager en Satrack SAS donde es CEO de la aplicación Maxcarga.