

Curso de preparación a la certificación como Profesional en Design Thinking

METODOLOGÍA PAT

PRESENTACIÓN

Design Thinking Es una metodología orientada a la solución de problemas complejos de manera creativa, a partir del entendimiento de las necesidades, motivaciones y deseos de las personas o usuarios. Design Thinking está centrado en el ser humano, es colaborativo, experimental y se basa en una visión optimista. Asimismo, consta de 4 elementos principales: definir el problema, generar y analizar múltiples soluciones, refinar y mejorar las ideas seleccionadas para finalmente elegir la mejor solución y ejecutarla, que se desarrollan a lo largo de 5 fases: Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Evaluar. Para cada fase se definen una técnicas, que permitirán generar los insumos necesarios para la fase siguiente y garantizar la puesta en práctica.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

GENERAL

Dar a conocer los conceptos y la puesta en práctica de Design Thinking, sus características, principios y fundamentos.

ESPECÍFICOS

- Aplicar la metodología colaborativa de "Design Thinking" para la resolución de problemas complejos.
- Poner en práctica sus capacidades innovadoras para generar soluciones a problemas a partir de una metodología que genera soluciones de forma innovadora a partir del entendimiento de los clientes
- Desarrollar la habilidad de centrarse en el cliente.
- Fortalecer habilidades de trabajo colaborativo y de equipos multidisciplinarios
- Conocer técnicas y herramientas para potenciar el desarrollo de un pensamiento innovador
- Entender los términos y definiciones claves para pasar con éxito el examen de Design Thinking Professional Certificate DTPC®"

PERFIL DEL INTERESADO

El curso está dirigido a aquellas personas que deseen adquirir o ampliar conocimientos sobre la innovación, directores de innovación y desarrollo de productos y/o servicios, jefes de servicio al cliente y mercadeo. Tomadores de Decisión, de diseño, innovación y marketing. Consultores, gerentes, emprendedores y ejecutivos interesados en liderar y orientar a sus organizaciones en el cliente.

METODOLOGÍA

Todos adquirimos conocimientos de manera distinta y tenemos preferencias hacia determinados temas y estos son los que finalmente dan significado a la nueva información. Por eso en nuestros programas de formación utilizamos el modelo de aprendizaje 70:20:10 es decir una metodología a través de la experiencia, social y práctica de acuerdo con el grupo objetivo utilizaremos las siguientes metodologías:

Gamificación, Aprendizaje cooperativo, Aprendizaje basado en problemas, Aprendizaje basado en el pensamiento, Aprendizaje basado en competencias, Flipped classroom (Aula invertida), Aprendizaje basado en proyectos.

A lo largo del programa, se responderán preguntas y al cumplir todo el contenido programático se desarrollará una simulación del examen para la certificación de Design Thinking

Módulo

Contenido

Intensidad

1 INTRODUCCIÓN

- ¿Qué es Innovación?
- Tipos de Innovación.
- Definiciones Claves.
- ¿Qué es Design Thinking?
- Conexiones con Design Thinking.
- Definición de proyecto grupal

3 horas

2 FASES DE DESIGN THINKING

- Atributos clave.
- Características.
- Equipos de trabajo.

3 horas

3 EMPATIZAR

- Investigaciones cualitativas aplicadas a Design Thinking.
- Observación.
- Entrevistas a profundidad.
- Vivir la experiencia

3 horas

4 EMPATIZAR

- Definición y construcción de:
 - Mapa de Empatía.
 - Buyer Persona.
 - y Mapa de Actores.

3 horas

5 DEFINIR

- Construcción del Punto de Vista (POV).
- Mapas mentales.
- Diagramas de Afinidad.
- How Might We?

3 horas

6 IDEACIÓN

- Definición y características.
- ¿Cómo llevar a cabo sesiones de Brainstorming?
- Método ¿Qué pasa si?
- Brain Dump.
- Reverse Brainstorming.
- Scamper.

3 horas

7 PROTOTIPAR Y EVALUAR

- Ciclo y características de prototipar.
- Razones para evaluar. Cómo evaluar.

3 horas

8 SIMULACIÓN VIRTUAL CERTIFICACIÓN

- Examen simulado.
- Comentarios finales.

3 horas

EQUIPO DOCENTE

Expertos en esta área del conocimiento



FRANCISCO RAFAEL FERMÍN DELLÁN

COORDINADOR ACADÉMICO

Ingeniero mecánico, PMP®, SMPC®, SPOPC®, Gerente de Proyectos, Gerente General, con más de 40 años de experiencia en el área de coordinación y gestión de organizaciones de ejecución y/o interventoría de proyectos y proyectos de infraestructura. Ha sido gerente de proyectos mayores de infraestructura de producción para Oil & Gas, instalaciones de superficie, estaciones de bombeo, tuberías y sistemas de almacenaje, sistemas de compresión de gas y otros (proyectos hasta por 200 mm US\$). Ha estado involucrado en la gerencia de proyectos para la construcción e instalación de plantas de fabricación de medicamentos, así como otras edificaciones industriales. Ha participado en la implementación de formas innovadoras de contratación (BOO, BOT) y ha sido asesor para el desarrollo de Planes de Ejecución y Estrategias de Contratación de Proyectos. Ha estado involucrado en el diseño, implantación y operación de organizaciones de proyectos, así como en el desarrollo del concepto de "Oficina de Proyectos" (PMO) para negocios relacionados con Oil & Gas, Telecomunicaciones, Banca y Finanzas, Empresas Consultoras, Constructoras de Obras, entre otras. Tiene experiencia profesional en Venezuela, México y Colombia.

En el área académica, cuenta con más de 25 años de experiencia como facilitador en cursos, programas y diplomados de materias relacionadas con la gerencia de proyectos, ha trabajado en Venezuela, México, Colombia, Costa Rica y Estados Unidos.



PATRICIA CASANOVA

FACILITADOR

Master en Marketing Digital y E-Commerce, de la OBS, Universidad de Barcelona, España. Master en Administración de Empresa y Posgrado en Marketing de IESA y esta certificada en Fundamentos de Scrum, Scrum Master y Design Thinking. Ha realizado cursos en Global Education: Cultivating Innovation in the Classroom, Human-Centered Design, Design Thinking, Management Research in Global and Changing Environment en Harvard, Negociación, entre otros. Posee una experiencia de más de 20 años en el área de Marketing y Ventas, en posiciones de consultoría y de dirección que ha venido combinando con su experiencia docente en programas de grado, postgrados y cursos de formación ejecutiva en las áreas de Marketing, Ventas, Negociación, Comunicación, Feedback, Design Thinking. Ha trabajado en Venezuela, Costa Rica y España. Actualmente se desempeña como Directora Global de Mercadeo de Unikemia, es profesora del TEC en Costa Rica, de Door Training and Consulting, IIGP y de Unikemia.

RECURSOS TECNOLÓGICOS

Uso de la plataforma Webex. Todos los docentes y estudiantes deberán tener un buen acceso a internet, sonido y cámara para poder facilitar las sesiones.

CERTIFICADOS

La Universidad Ean expide un certificado por participación a quienes asistan al 80% de las sesiones programadas. Los certificados se generan y entregan el día de cierre del programa únicamente a aquellos participantes que hayan cumplido con el mínimo requerido en la presente propuesta en la sesión inmediatamente anterior a la finalización.

DURACIÓN

30 horas