

SÍLABO

Design Thinking

Código	ASUC01231	Carácter	Obligatorio
Prerrequisito	Creación e Innovación en valor		
Créditos	4		
Horas 6	Teóricas	2	Prácticas 4
Año académico	2022		

I. Introducción

Design Thinking es una asignatura de especialidad de carácter obligatorio. Se ubica en el octavo periodo de la Escuela Académico Profesional de Administración. Tiene como prerrequisito la asignatura Creación e Innovación y Valor y es prerrequisito de *Prototyping*. La asignatura desarrolla, en un nivel logrado, la competencia transversal Dirección Estratégica e Innovación y, en un nivel logrado, dos competencias específicas: (i) Creación y Desarrollo de Empresas y (ii) Desarrollo de Innovación en Procesos Empresariales. En virtud de lo anterior, la relevancia de la asignatura reside en reconocer la importancia que tiene el análisis del usuario en el desarrollo de los negocios para la búsqueda de soluciones competitivas.

Los contenidos que la asignatura desarrolla son los siguientes: herramientas de *design thinking* y los procesos centrados en el usuario, proceso de ideación, pensamiento convergente y divergente; prototipado como herramienta de gestión; *business model generation* y *storytelling* para la presentación de proyectos.

II. Resultado de aprendizaje de la asignatura

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de diseñar formas creativas para la solución de problemas empresariales complejos, mediante un enfoque centrado en el usuario y el uso de las herramientas de *design thinking*.

III. Organización de los aprendizajes

Unidad 1 Fundamentos de la innovación		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar los fundamentos de la innovación adecuadamente.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pensamiento divergente y convergente 2. Conceptos de innovación. Tipos de innovación 3. Los cuatro elementos de la innovación 4. Modelos de negocio innovadores. Su aplicación en la era digital 5. Casos de estudio 		

Unidad 2 Fundamentos del <i>design thinking</i>		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de distinguir los fundamentos del <i>design thinking</i> , mediante el análisis de casos de éxito.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. El <i>design thinking</i> y el proceso centrado en el usuario 2. Tipos de Inteligencia que engloba el <i>design thinking</i> 3. Proceso, metodología y fases del <i>design thinking</i>. Primera aproximación al desarrollo del proyecto 4. ¿Cómo son las organizaciones que emplean el pensamiento de diseño frente a las empresas tradicionales? Casos de análisis 		

Unidad 3 Aplicando técnicas de <i>design thinking</i>		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de seleccionar de manera efectiva las técnicas de <i>design thinking</i> , en el desarrollo de un proyecto de emprendimiento empresarial orientado a la resolución de problemas de su entorno.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Descubrir y empatizar con el usuario. Técnicas para el acercamiento con el público objetivo 2. Definición del problema. Identificación de oportunidades, en base a retos definidos 3. Generación de ideas. Principios y herramientas 4. Prototipado como herramienta de gestión. Aplicación del <i>lean startup</i> 5. El testeo. Importancia de la interacción con el público objetivo como parte del proceso de innovación: la entrevista y la malla receptora de información 		

Unidad 4 <i>Business Model Generation</i> y presentación el proyecto final		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar un modelo de negocio, en base al proceso de <i>design thinking</i> desarrollado y sustentarlo, aplicando <i>storytelling</i> y/o <i>elevator pitch</i> .		

Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modelos de negocio. <i>Lean Canvas</i> y <i>Business model Canvas</i> 2. El <i>elevator pitch</i>. Características 3. <i>Storytelling</i>. Características. Etapas 4. Sustentación del modelo de negocios desarrollado y del proceso de <i>design thinking</i> aplicado a proyectos concretos
-----------------------	---

IV. Metodología

Modalidad Semipresencial

Se busca que los estudiantes aprendan de manera experiencial y colaborativa, a través de la exploración de un problema o desafío en el contexto local, regional o nacional, y el desarrollo y evaluación de proyectos de emprendimiento que brinden soluciones efectivas, de una manera creativa, colaborativa e iterativa.

Las técnicas y/o estrategias que se utilizarán en el desarrollo comprende:

- Estudio de casos
- Aprendizaje basado en proyectos

Modalidad Educación a Distancia

Se busca que los estudiantes aprendan de manera colaborativa, a través de la exploración de un problema o desafío referidos a la exploración de problemas en el contexto local, regional o nacional, y el desarrollo y evaluación de proyectos de emprendimiento que brinden soluciones efectivas, de manera creativa, colaborativa e iterativa.

Las técnicas y/o estrategias que se utilizarán en el desarrollo comprende:

- Estudio de casos
- Aprendizaje basado en proyectos

V. Evaluación

Modalidad Semipresencial

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso parcial	Peso total
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	- Evaluación individual teórica / Prueba objetiva	0 %	
Consolidad o 1 C1	1	Semana 1 - 3	- Actividades virtuales	15 %	20 %
			- Desarrollo individual de análisis de casos en plataforma virtual / Rúbrica de evaluación	85 %	
Evaluación parcial EP	1 y 2	Semana 4	- Exposición en equipos del proyecto / Rúbrica de evaluación	20 %	
	3	Semana	- Actividades virtuales	15 %	20 %

Consolidad o 2 C2		5 - 7	- Exposición en equipos del avance del proyecto / Rúbrica de evaluación	85 %	
Evaluación final EF	Todas las unidades	Semana 8	- Sustentación final de los proyectos por equipos/ Rúbrica de evaluación	40 %	
Evaluación sustitutoria *	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	- Aplica		

* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

Modalidad Educación a Distancia

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	- Evaluación individual teórica / Prueba objetiva	0 %
Consolidado 1 C1	1	Semana 2	- Evaluación individual teórico-práctica / Prueba de desarrollo	20 %
Evaluación parcial EP	1 y 2	Semana 4	- Desarrollo individual de análisis de casos en plataforma virtual / Rúbrica de evaluación	20 %
Consolidado 2 C2	3	Semana 6	- Presentación de avance de proyectos por equipos / Rúbrica de evaluación	20 %
Evaluación final EF	Todas las unidades	Semana 8	- Presentación final de los proyectos por equipos / Rúbrica de evaluación	40 %
Evaluación sustitutoria*	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	- Aplica	

* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

Fórmula para obtener el promedio:

$$PF = C1 (20 \%) + EP (20 \%) + C2 (20 \%) + EF (40 \%)$$

VI. Bibliografía

Básica

Kidder, D. (2013). *El manual de las startups: los fundadores de las 40 mejores startups mundiales revelan sus secretos*. Gestión 2000. <https://bit.ly/3uzoTGj>

Complementaria

Callejas, R., Morán, R., y Campos, A. (2020). Aplicación de la metodología Design Thinking en la creación de proyectos de emprendimiento en ITESHU. *Emprennova*, 1(2), 129-141. <https://bit.ly/3A77hV4>

Cankurtaran, P., Beverland, M. (2020). Using Design Thinking to respond to crises: B2B lessons from the 2020 COVID-19 pandemic. *Industrial Marketing Management*, 88, 255-260. <https://bit.ly/3h0SzaA>

Dell'Era, C., Magistretti, S., Cautela, C., Verganti, R., & Zurlo, F. (2020). Four kinds of design thinking: From ideating to making, engaging, and criticizing. *Creativity and Innovation Management*, 29(2), 324-344.

Interaction Design Foundation. (s.f). *What is Design Thinking*. Recuperado el 30 de junio de 2021, de <https://bit.ly/2TjD4Bo>

Micheli, P., Wilner, S., Bhatti, S., Mura, M., & Beverland, M. (2019). Doing design thinking: Conceptual review, synthesis, and research agenda. *Journal of Product Innovation Management*, 36(2), 124-148. <https://bit.ly/3jnzReJ>

Stickdorn, M., Hormess, M., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). *This is service design doing: applying service Design Thinking in the real world*. O'Reilly Media, Inc.

Toledo, L., Garber, M. y Madeira, A. (2017). Consideraciones acerca del Design Thinking y procesos. *Revista Gestão & Tecnologia*, 17(3), 312-332. <https://bit.ly/3qwXe7e>

VII. Recursos digitales:

Black, S., Gardner, D. G., Pierce, J., & Steers, R. (2019). *Design thinking*. *Organizational Behavior*. <https://bit.ly/3A1mjLU>.

Collage de ideas. (6 de julio de 2019). *Qué es el design thinking, fases y ejemplos* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=CTKvYD4PGIA&t=45s>

Frías, M. (2019). *Design thinking: ¿pueden las empresas aprender del diseño?*. UADE - Universidad Argentina de la Empresa. <https://bit.ly/3dkKVW7>

Irigaray, J. (2021). *Design thinking: qué es, características y fases*. EAE Busines School. <https://bit.ly/3hiW4lg>.

Oller, E. (22 de noviembre de 2015). *Diseñando la propuesta de valor. El lienzo* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ZCJC1hl6qWQ>

Serrano, M., Blazquez, P. (2018). *Design Thinking: crea el presente lidera el futuro*. <https://bit.ly/3qvOleh>.

Sprouts. (23 de octubre de 2017). *El proceso de pensamiento del diseño* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=r0VX-aU_T8

Universidad Continental. (19 de junio de 2017). *Conferencia design thinking* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=oc47O9iTnLc>