



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Design Thinking
CÓDIGO	:	AD687
CICLO	:	201801
CUERPO ACADÉMICO	:	Chacón Arenas, Edinson Miguel Davila Orozco, César Antonio Quiñones Malca, Bárbara Verónica Rios Escalante, Vanessa Lizeth Rojas Plasencia, Karina Milagros Terrones Caceres, Jaime Luis
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	16
HORAS	:	3 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Iniciativa Empresarial

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

Es un curso de especialidad de la carrera, de carácter teórico-práctico dirigido a los estudiantes del VII ciclo. Tiene como objetivo el fortalecimiento de las competencias de creatividad e innovación para la generación de ideas y proyectos disruptivos centrados en las personas, realizando una profunda inmersión en la metodología del pensamiento de diseño (Design Thinking) y mediante la puesta en escena de desafíos reales (desarrollo de proyectos de creatividad que resulten en una idea de negocio).

Recibirán la asesoría de un grupo de docentes especializados que ayudarán a desarrollar los puntos claves en la creación de equipos de trabajo creativos, la inmersión en el problema, la ideación y la evaluación como base de la metodología del Design Thinking.

El curso Design Thinking ha sido diseñado con el propósito de permitir al futuro egresado desarrollar empatía con el usuario y el real conocimiento de las necesidades del mismo para la obtención de solución de problemas de forma disruptiva, a través de la exploración e identificación de las reales necesidades del usuario, la concepción del problema desde su punto vista y el desarrollo de constante prototipos para validar la solución. El presente curso, integrador de la línea de Iniciativa Empresarial, se articula con la competencia específica de las carreras de Negocios: Gestión de información (nivel 3) y la competencia general de la UPC: Pensamiento crítico (nivel 3). El requisito para llevar el curso es 120 créditos aprobados.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el alumno produce una idea de negocio disruptiva desarrollada bajo la modalidad del Design Thinking (Pensamiento de Diseño) demostrando conocimiento de la metodología, herramientas y la capacidad de trabajo creativo-colaborativo con su equipo y su público objetivo.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 INTRODUCCIÓN AL DESIGN THINKING

LOGRO

Al finalizar la unidad el alumno conoce los conceptos de innovación y creatividad en el marco metodológico del pensamiento de diseño.

TEMARIO

Competencia(s): Gestión de Información y Pensamiento crítico

- Introducción al Design Thinking.
- A Human Centered Design concept. De la actitud al proceso.
- El Proceso entorno al problema: Inmersión, Ideación y Evaluación.
- De lo concreto a lo abstracto.
- Explorando la Creatividad y activando la Innovación.
- Teoría metodológica del Design Thinking:
- Las 5 fases del Design Thinking.
- Las reglas del Proceso de Design Thinking.
- Conformación de equipos. Principios para facilitar la creatividad en equipo.
- Identificando el Reto de Diseño: ¿delimitando el problema¿. Identificación y justificación del problema.
- Árbol de problemas.

HORA(S) / SEMANA(S)

3 / 1, 2

UNIDAD N°: 2 INMERSIÓN

LOGRO

Al finalizar la unidad el alumno interpreta adecuadamente los insights extraídos durante la fase de descubrimiento del cliente, identificando patrones y definiendo oportunidades en equipo.

TEMARIO

Competencia(s): Gestión de Información y Pensamiento crítico

- Empatizar ¿ Descubrir.
- Selección del público objetivo (Identificando a las personas).
- Métodos de Investigación para la Inmersión (el trabajo de campo).
- El Paradigma de observar vs. Interpretar.
- Definir ¿ Interpretar.
- Herramientas de Interpretación (Empathy Map y Customer Journey).
- Encontrando temas e identificando Insights.
- Definiendo el Reto de Diseño.

HORA(S) / SEMANA(S)

3 / 3, 4, 5, 6 y 7

UNIDAD N°: 3 IDEACIÓN

LOGRO

Al finalizar la unidad el alumno diseña propuestas en equipo creando soluciones factibles, viables y atractivas, al problema planteado para alcanzar la idea de negocio.

TEMARIO

Competencia(s): Gestión de Información y Pensamiento crítico

- Idear.
- Creando Áreas de Oportunidad.
- Generando Ideas: El Brainstorming.
- Sintetizando Ideas: El Card Sorting.
- Filtrado y Evaluación de ideas.
- Desarrollo del concepto de la idea de negocio
- Planteamiento de hipótesis de cambio.
- Prototipar ¿ Experimentar.
- Objetivos del Prototipado. Aprendiendo de la solución y del usuario.
- Arquitectura de Prototipado:
 - ¿Qué vamos a prototipar?
- Protocolo de creación de prototipos
- Diseño de ficha de registro de experiencia del usuario.
- Inicio del Prototipo: Métodos.
- Prototipo de baja fidelidad.
- Prototipo de alta fidelidad
- Testea tu prototipo (empatizar para experimentar).
- Malla receptora de información

HORA(S) / SEMANA(S)

3 / 8, 9, 10, 11, 12 y 13

UNIDAD N°: 4 EVALUACIÓN

LOGRO

Al finalizar la unidad el alumno evalúa los resultados de la experimentación extrayendo conclusiones que evolucionan su idea de negocio para que cumpla sus objetivos y las expectativas de los usuarios.

TEMARIO

Competencia(s): Gestión de Información y Pensamiento crítico

- Evaluar ¿ Evolucionar.
- Objetivos de la Evaluación (¿por qué evaluar con los usuarios?).
- Gestionando la co-creación con el usuario.
- Evolución del producto (Obteniendo una idea de negocio).
- Desarrollo de la línea de tiempo
- Desarrollo del escenario
- Presentación de proyectos (puesta en escena de la solución al desafío de diseño).

HORA(S) / SEMANA(S)

3 / 14, 15 y 16

VI. METODOLOGÍA

El Modelo Educativo de la UPC asegura una formación integral, que tiene como pilar el desarrollo de competencias, las que se promueven a través de un proceso de enseñanza-aprendizaje donde el estudiante cumple un rol activo en su aprendizaje, construyéndolo a partir de la reflexión crítica, análisis, discusión, evaluación, exposición e interacción con sus pares, y conectándolo con sus experiencias y conocimientos previos. Por ello, cada sesión está diseñada para ofrecer al estudiante diversas maneras de apropiarse y poner en práctica el nuevo conocimiento en contextos reales o simulados, reconociendo la importancia que esto tiene para su éxito profesional.

Los estudiantes, mediante una participación activa y permanente, reflexionarán a partir de experiencias que faciliten el aprendizaje y les motive a descubrir la importancia del Design Thinking (Pensamiento de Diseño) para sus vidas y su desarrollo profesional.

El curso, está diseñado en sesiones de teoría aplicada y práctica sucesiva en el desarrollo de proyecto mediante la metodología de Design Thinking. Ayudará a los estudiantes a estimular su creatividad y, a través de su metodología, a implementar de forma ordenada un proceso de creación de ideas innovadoras enfocadas a solucionar problemas del mercado y de las personas (usuarios). Dicho proceso se enmarca en situaciones que involucran interacción con personas (Human Centered Design Process) así como el trabajo en equipos creativos (co-creación y liderazgo), estimulando la toma de decisiones en equipo en proyectos de creatividad. Se espera que el alumno dedique entre 3 y 6 horas semanales para realizar trabajo de campo.

Al finalizar el curso el estudiante presentará de forma grupal, el desarrollo de un proyecto de diseño que sustente una solución a su desafío de diseño.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

$$10\% (TB1) + 15\% (TB2) + 10\% (CL1) + 20\% (TB3) + 10\% (PA1) + 10\% (TB4) + 25\% (TF1)$$

TIPO DE NOTA	PESO %
TB - TRABAJO	10
TB - TRABAJO	15
CL - CONTROL DE LECTURA	10
TB - TRABAJO	20
PA - PARTICIPACIÓN	10
TB - TRABAJO	10
TF - TRABAJO FINAL	25

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
TB	TRABAJO	1	Semana 3	Evidencia de aprendizaje ÁRBOL DE PROBLEMAS (AP) Competencias evaluadas: Gestión de la información Características de la evaluación: Trabajo grupal	NO
TB	TRABAJO	2	Semana 7	Evidencia de aprendizaje EMPATHY MAP (EM) & CUSTOMER JOURNEY (CJ) Competencias evaluadas: Gestión de la información y pensamiento crítico Características de la evaluación: Trabajo grupal	NO
CL	CONTROL DE LECTURA	1	Semana 10	Evidencia de aprendizaje CONTROL DE LECTURA Competencias evaluadas: Gestión de la información y Pensamiento crítico Características de la evaluación: Trabajo Individual	NO
TB	TRABAJO	3	Semana 13	Evidencia de aprendizaje PROTOTIPO (PT) Competencias evaluadas: Gestión de la información y Pensamiento crítico Características de la evaluación: Trabajo grupal	NO
PA	PARTICIPACIÓN	1	Semana 14	Evidencia de aprendizaje PARTICIPACION Competencias evaluadas: Pensamiento crítico Características de la evaluación: Individual	NO
TB	TRABAJO	4	Semana 15	Evidencia de aprendizaje ENSAYO (EN) Competencias evaluadas: Pensamiento crítico Características de la evaluación: Trabajo Individual	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 16	Evidencia de aprendizaje SUSTENTACIÓN DE DESAFÍO DE DISEÑO (SUS) Competencias evaluadas: Gestión de la información y Pensamiento crítico Características de la evaluación: Trabajo grupal	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

AMABILE, Teresa M. y APARICIO ALDAZABAL, Maria Elena (2005) Harvard business review : creatividad e innovación. Barcelona : Deusto.
(658.4063 AMAB)

BROWN, Tim, Katz, Barry, (2009) Change by design : how design thinking transforms organizations and inspires innovation. New York : Harper Business.
(658.4063 BROW)

PLATTNER Hasso,; MEINEL, Christoph, y LEIFER, Larry J. (2012) Design thinking research : studying co-creation in practice. Heidelberg, Alemania : Springer.
(658.4063 PLAT/D)

PLATTNER Hasso,; MEINEL, Christoph. y LEIFER, Larry J. (2012) Design thinking research : measuring performance in context. Heidelberg ; New York : Springer.
(658.4063 PLAT)

PLATTNER Hasso,; MEINEL, Christoph y LEIFER, Larry J. (2014) Design thinking research : building innovation eco-systems. New York : Springer Verlag.
(338.064 PLAT)

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly López, Núria (2008) Fluir (Flow) : una psicología de la felicidad. Barcelona : Kairós : Debolsillo.
(158.1 CSIK/F)

DE BONO, Edward (1988) Seis sombreros para pensar. Barcelona Granica.
(153.35 BONO)

KELLEY, Tom, Kelley, David, (2013) Creative confidence : unleashing the creative potential within us all. New York : Crown Business.
(658.4094 KELL)

RUNCO Mark A., y PRITZKER, Steven R., (2011) Encyclopedia of creativity. Amsterdam ; Boston : Academic Press : Elsevier.
(153.3503 RUNC)

STICKDORN Marc,; SCHNEIDER, Jakob, y ANDREWS, Kate (2011) This is service design thinking : basics - tools - cases. Hoboken, New Jersey : John Wiley & Sons.
(658.4063 STIC)

(2011) Human centered design : toolkit. [S.l.] : IDEO.
(306.3 IDEO)