

DISE-2309 / PRODUCTO 4/ 1. 2014

Hora y Lugar

Lunes y Miércoles de 5.00 - 6.20 PM, Salón Q-405

Profesor

Freddy Zapata Vanegas fzapata@uniandes.edu.co

Intensidad

3 Créditos

Dirigido a

Estudiantes del énfasis en Diseño de Productos

Asignatura

Producto

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Las organizaciones de hoy requieren crear ventajas competitivas en el desarrollo de productos, servicios, procesos y modelos de negocios que les garantice la permanencia exitosa en el mercado en que compiten. **El curso integra los conceptos de pensamiento de diseño y pensamiento analítico dentro del marco de la estrategia correspondiente a niveles internos y externos de una empresa u organización para el diseño y desarrollo de productos o servicios.**

OBJETIVOS

GENERAL.

- ✓ Entender, analizar y proponer **escenarios de competitividad** a través del **Pensamiento de Diseño como Estrategia** de empresa para la creación de innovadores productos y servicios **en diferenciados modelos de negocio.**

ESPECIFICOS.

-
- ✓ Aplicar **instrumentos** del Pensamiento de Diseño.
- ✓ Conocer **conceptos de estrategia en los diferentes niveles de la organización** y sus efectos en el desarrollo de planes de negocios, oportunidades de inversión para una buena comprensión del entorno en el cual compite la empresa.
- ✓ Apropiar conceptos relacionados a **contexto de competitividad.**

DISE-2309 / PRODUCTO 4/ 1 . 2014

- ✓ Entender que es la innovación y sus diferentes modelos como estrategia a entornos competitivos
- ✓ Comprender que el liderazgo en una empresa u organización es el resultado de potencializar **capacidades individuales y de equipo** dentro del desarrollo de la estrategia.
- ✓ Comprender que es un modelo de negocio y sus componentes creativos de estrategia e innovación.
- ✓ Identificar y diseñar escenarios y metodologías que contribuyan a **estructurar un portafolio de estrategia** de innovación de productos y servicios para una organización.

CONTENIDO

BLOQUE I

Comprensión del Diseño como Estrategia - Pensamiento de Diseño y Estrategia

SEMANA 1 A 7

En este bloque los estudiantes podrán identificar el concepto de estrategia desde la empresa como también desde el producto y sus relaciones que conllevan a escenarios de innovación y competitividad y enmarcados desde el pensamiento creativo y de diseño.

Por otra parte desarrollarán su capacidad de análisis sobre temas de competitividad mundial, globalización y construcción de escenarios entendiendo el entorno mundial y las tendencias.

BLOQUE II

Ejercicios Formativos de Entrenamiento. Innovación y Modelos de Negocio

SEMANA 8 - 12

En este bloque los estudiantes explorarán diferentes metodologías, apoyados en los conceptos teóricos sobre modelos de innovación, construcción de mapas mentales, análisis de estrategias empresariales (de mercadeo, estrategias de negocios y modelos de negocios). Se realizarán ejercicios cortos de los diferentes temas.

DISE-2309 / PRODUCTO 4/ 1 . 2014

BLOQUE III

Portafolio de Estrategia

Construcción de caso

SEMANA 12-16

En este bloque los estudiantes deberán construir un portafolio de estrategia de innovación para una organización con el propósito de integrar todos los conceptos aprendidos y las habilidades desarrolladas a través del curso.

METODOLOGÍA

La clase se realizara de manera teórico - practico, se realizarán presentaciones especificas del profesor y conferencias de sus invitados al curso, se analizarán diferentes temáticas a partir de casos y lecturas, se simularan escenarios y proyectos para empresas existentes.

REGLAS GENERALES DEL CURSO

✓ **NOTAS** (Trabajos)

BLOQUE I

10% Ejercicio 1 Estrategia, Diseño e Innovación en la Empresa

10% Ejercicio 2 Innovación, empresa y negocio

10% Ejercicio 3 Competitividad : Negocio, estrategia y Diseño

BLOQUE II

10% Ejercicio 4 Competitividad:World Economic Forum (wef)

10% Ejercicio 5 ¿...y como te imaginas a Colombia en el 2025?

10% Ejercicio 6 Modelo de Negocio e Innovación

BLOQUE III

30% Ejercicio 7 Trabajo final /Portafolio de innovación y Modelo de negocio.

10% Controles de lectura (5)

DISE-2309 / PRODUCTO 4/ 1 . 2014

ASISTENCIA

La asistencia a clase es obligatoria. **EL 20% (6 CLASES) de inasistencia origina pérdida del curso.**

No se permite el ingreso de personas ajenas al curso, comer en clase, hablar por teléfono, usar equipos portátiles electrónicos para chatear, consultar redes sociales o navegar en internet, a menos que sea requerido para alguna actividad, trabajo o consulta en la clase.

5: 05 PM no se podrá ingresar a clase.

FECHAS IMPORTANTES

Cierre de notas del primer 30% - Viernes 21 de marzo

✓ · Ultimo día para solicitar retiros parciales de materias y retiros totales de la Universidad (no genera devolución):

Marzo 28

- ✓ · Semana de trabajo Individual: **Abril 14-18.**
- ✓ · Ultimo día de clases: **Mayo 10.**
- ✓ · Exámenes finales: **Mayo 12-26**
- ✓ · Último día para entrega de notas a estudiantes: **Junio 3**

EXCUSAS Y NOTAS

La entrega de trabajos extemporáneo únicamente se realizara con excusa y registro justificado por escrito.

Notas parciales o finales en grupo, se entregara un puntaje total que será dividido por el número de integrantes del grupo, de acuerdo a su participación en el trabajo.

Las calificaciones parciales o finales del semestre.

Art . 51 RGEPr: Las calificaciones definitivas de las materias serán numéricas de uno cinco (1,50) a cinco (5,00), en unidades, décimas y centésimas.

DISE-2309 / PRODUCTO 4/ 1 . 2014

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

1. Harvard Business Review on Innovation, 2001, United States of America
2. Brown, Tim(2009) Change by Design - USA
3. Weiss Laura (2002)Developing Tangibles Estrategies. Design Management Institute. USA
4. Kelley, Tom (2005) The Art of Innovation, United States of America
5. Kelley, Tom (2005) The Ten Faces of Innovation, United States of America
6. Nathan Shedroff. Las emociones están en camino a la innovación
7. Nathan Shedroff, The Design of Meaningful Experiences- Nathan Shedroff
8. Thomas M. (2009) Koulopous. The Innovation Zone
9. Reinaldo, Leiro (2000), Diseño Estrategia y Gestión, Argentina.
10. Rodríguez, Luís (2004) Diseño, Estrategia y Táctica, México.
11. Prahalad, C.K. (2005), La oportunidad de Negocios en la Base de la Pirámide, Colombia.
- 12 . Sanabria, Raúl (2005), Formulación y Pensamiento Estratégico, Colombia.
13. Sanabria, Raù (2008), Casos de Estrategia, Colombia.
13. Revista Avianca edición Noviembre 2009. David Butler Artista Pop- caso Coca Cola
14. Video Philip Kotler – Estrategias empras lideres- HSM
15. Roger Martin, (2009)- The design of bussines . Harvard Bussiness Press- USA
- 16.www.weforum.org

COMPETENCIAS DEL PROGRAMA ACADÉMICO (SACS)

- ✓ Comprender y argumentar la realidad en un contexto desde la perspectiva de Diseño
- ✓ Desarrollar el pensamiento crítico, liderazgo y autonomía en su desempeño profesional.
- ✓ Tener ética, responsabilidad ciudadana y profesional para asumir compromisos sociales y personales.
- ✓ Tener la habilidad para desempeñarse en el mundo profesional e interactuar con diferentes actores en un proyecto.