



DESIGN THINKING



Descripción General

El cambiante y cada vez más incierto mundo empresarial requiere de metodologías rápidas y eficaces que permitan a la empresa conocer las verdaderas necesidades del cliente para desarrollar productos rápidamente al menor costo posible, evaluarlos en el mercado y realizar los cambios que sean necesarios.

El curso proporciona a los participantes experiencia práctica en el arte de la innovación a través de la metodología de Design Thinking. Se incursionará en la metodología Lean Startup y se desarrollará de principio a fin la famosa herramienta acuñada por David M. Kelley pasando por cada uno de sus pasos: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar.



Dirigido a

Profesionales que deseen mejorar sus conocimientos y habilidades sobre la metodología de innovación más reconocida en la actualidad, Design Thinking, con el objetivo de aplicarla en la empresa en la que laboran para la creación de nuevos productos y procesos, o en el mejoramiento de aquellos ya existentes.

Emprendedores que deseen conocer la metodología más reconocida para validar sus ideas de negocio, con el objetivo de desarrollarla, armar un prototipo y disminuir el tiempo de salida al mercado.

Profesionales que trabajen en incubadoras y otras instituciones del ecosistema emprendedor que deseen mejorar sus conocimientos y habilidades sobre la metodología Design Thinking con el objetivo de asesorar, dar mentoría y facilitar el desarrollo de emprendimientos innovadores.



Objetivos de Aprendizaje

Objetivo general

Desarrollar en el participante competencias que le permitan diseñar y validar un modelo de negocio, producto o proceso a través de la metodología de Design Thinking. Los estudiantes aprenderán a empatizar con las necesidades y oportunidades de su entorno, definir el problema basados en el usuario escogido, idear tantas soluciones como sea posible, construir prototipos, y evaluar su desempeño con el usuario final.

Objetivos Específicos

- Dominar el proceso de Lean Startup para la creación de nuevos negocios.
- Identificar, conocer y entender a los usuarios para entablar relaciones profundas y ganar conocimiento invaluable del consumidor.
- Construir prototipos de bajo costo para desarrollar un Producto Mínimo Viable.
- Evaluar rápidamente la idea de negocio con el usuario final y obtener información valiosa sobre sus necesidades y experiencias para reducir el tiempo de entrada al mercado.



Estructura y Contenidos

- Design Thinking: innovación, framework, d.mindsets y equipos inteligentes.
- Metodología Lean Startup: emprendimiento basado en hipótesis; psicología, límites y pivots; enfoques alternativos, y Business Model Canvas.
- Empatizar: mapa de empatía, perfil del consumidor, customer journey experience y diseño basado en el usuario.
- Definir: the cold-call test y the smoke test; y problema visión template.
- Idear: creatividad, el efecto medici y técnicas de ideación.
- Prototipar: prototipos teóricos y virtuales, Minimum Viable Product y Minimum Awesome Product.
- Evaluar: el wow test, el NPS test, y el payment test; feedback capture grid; y validación del modelo de negocio.



Expositor: Miguel Alva Prieto

El profesor Alva es Bachiller en Economía, Universidad del Pacífico, Perú.

En relación a su experiencia profesional, se ha desempeñado como consultor senior del área de consultoría Digital de IBM y líder de la alianza entre Apple e IBM en Perú. Gerente de Desarrollo de Negocios en USIL Technology. Jefe de Producto de la Red Privada Movistar en Telefonica del Perú. Jefe de Soluciones Móviles, Jefe de Desarrollo Alianzas Estratégicas, entre otros cargos, en Telefonica Móviles.

Actualmente es Profesor de Marketing Móvil en CENTRUM Católica Graduate Business School.



Duración: 18 Horas



Día: Miércoles