

GUIA DOCENTE

MÁSTER UNIVERSITARIO EN PROJECT MANAGEMENT Y CULTURA DEL CAMBIO

Edición 2

Curso 2024-2025

1. ASIGNATURA

- **Nombre:** Design Thinking y Otras Herramientas para la Innovación
- **Tipo de asignatura:** Optativa
- **Trimestre:** Tercer trimestre
- **Créditos:** 3 ECTS
- **Idioma de docencia:** Castellano
- **Coordinador de la asignatura:** Elisabet Matoses
- **Profesor de la asignatura:** Elisabet Matoses

2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Objetivos de la asignatura

- Conocer el origen y la metodología del Design Thinking como aproximación a la innovación en servicios y negocios centrada en las personas.
- Empatizar con los usuarios y convertir sus necesidades en oportunidades para el diseño de nuevos productos y servicios.
- Analizar tendencias (sociales, económicas, de consumo, sectoriales, tecnológicas...) cómo método de inspiración para la ideación de nuevo productos y servicios.
- Resolver de manera creativa problemas con técnicas de ideación para diseñar servicios innovadores.
- Prototipar ideas y negocios para escoger la mejora idea para cada reto y contexto.
- Comunicar ideas para lograr financiación y apoyo para llevar a cabo nuevos servicios o negocios.

Contenidos

La asignatura de Design Thinking facilitará la visión y las fases de la metodología de diseño estratégico o Design Thinking cómo herramientas para diseñar nuevos productos y servicios digitales cómo Uber, Glovo, Taskrabbit o Airbnb.

El objetivo de la asignatura es dar a conocer a los alumnos herramientas para definir estrategias de negocio basadas en las necesidades de los usuarios y aprender a idear y prototipar servicios para testarlos con usuarios.

Para ello se proporcionarán metodologías y fuentes de información para construir contextos propios para el desarrollo del proyecto: técnicas de investigación de usuario, identificación de tendencias socioculturales, económicas y tecnológicas, benchmark de la de competencia, técnicas de creatividad e ideación y prototipado de ideas.

Además, se trabajará la comunicación de ideas cómo un aspecto fundamental en entornos de innovación. Cómo prepara un Elevator pitch para presentar ideas y lograr financiación.

La asignatura se estructurará en 5 módulos.

1. Introducción al Design Thinking: origen, contexto y metodología (visión, fases y disciplinas involucrada).
2. Empatía y definición de retos: empatía con el usuario (design research y técnicas de investigación de usuario), análisis de tendencias y contexto y formulación de retos.
3. Ideación y prototipado: creatividad, value proposition canvas y prototipado de ideas (fichas de ideas de negocio).
4. Business Design: business model canvas, lean canvas y business model navigator.
5. Comunicación de ideas: pitch deck y elevator pitch. Claves para la comunicación persuasiva.

Metodología docente

La metodología de la asignatura será principalmente participativa a pear de que habrá un contenido online que se deberá revisar antes de las clases.

Durante las sesiones habrá una primera parte de introducción de teórica y una segunda parte práctica en la que se irá desarrollando un trabajo en grupo.

Evaluación (sistema de evaluación, sistema de cualificación...)

La nota de la asignatura se dividirá en:

- Un test final – 30%
- Un ejercicio práctico a desarrollar durante las clases – 70%

3. PROFESORADO

Elisabet Matoses

Con más de 15 años de experiencia en el ámbito del diseño estratégico y la innovación, Bet ha ayudado a empresas como Mapfre, La Caixa, Audi, RACC o Damm a llevar con éxito nuevas propuestas al mercado, conectando las necesidades de su negocio con las necesidades de las personas a través del diseño de productos, servicios y estrategias de negocio.

También ha sido Directora de Innovación y Customer Experience en RocaSalvatella durante 7 años. Actualmente se encuentra colaborando con consultoras como Nadie o materia_ en proyectos de innovación con clientes como TOUS o el Diari Ara. Además de su experiencia como consultora, es profesora de Estrategia e Innovación en diversas universidades como Elisava, Shifta, Kschool o la Barcelona School of Management de la UPF. Como emprendedora ha puesto en marcha proyectos como Detodalavida o SHE STEM, una organización sin ánimo de lucro con el objetivo de acercar las disciplinas STEM a chicas adolescentes proyecto con el que ha estado presente en varias ediciones del Sónar+D. Politóloga (Licenciada en Ciencias Políticas por la Universitat Pompeu Fabra) y diseñadora (Diplomada en Diseño de Producto por el IED de Barcelona), cree en el inmenso potencial del diseño para impulsar ideas, movimientos, marcas y negocios.

BIBLIOGRAFIA (recomendada)

Change by Design.

Tim Brown.

[Amazon](#)

Universal Principles of Design.

Libro clásico del diseño multidisciplinar.

[Amazon](#)

Don Norman.

Uno de los padres del diseño de interacción.

Design Everyday Things.

[Amazon](#)

John Maeda.

The Laws of Simplicity.

[Amazon](#)

Min Basadur.

Simplex: A flight to creativity.

[Amazon](#)

This is service Design Thinking.

Marc Stickdorn, Jakob Schneider.

[Amazon](#)

Service Design from insight to Implementation.

Andy Polain, Lavrans Iovlie, Ben Reason.

[Amazon](#)

Business Model Generation.

Alexsander Osterwalder y Yves Pingneur.

[Amazon](#)

[Strategyzer](#)

Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando

Alexsander Osterwalder y Yves Pingneur.

https://www.amazon.es/Dise%C3%B1ando-propuesta-valor-productos-servicios/dp/8423419517/ref=pd_lpo_sbs_14_t_1?encoding=UTF8&psc=1&refRID=JSH5HZ1BESHE1VBCEJB0

El método Lean startup.

Eric Ries.

[Amazon](#)

Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming

Anthony Dunne y Fiona Raby

<https://www.amazon.es/Speculative-Everything-Design-Fiction-Dreaming/dp/0262019841>