

MARKETING, VENTAS Y EMPRENDIMIENTO

DESIGN THINKING (Aprende a Innovar)

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

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.

METODOLOGIA

El método de enseñanza busca promover la participación activa del estudiante durante el desarrollo de las sesiones, mediante el desarrollo de workshops, la participación en clase y las discusiones acerca de temas propuestos en cada sesión. La metodología del curso es eminentemente práctica y aplicativa girando alrededor de un trabajo aplicativo (a realizar en grupos de 4 o 5 participantes), basado en el análisis de su idea de negocio para validarla en el mercado. Los grupos de trabajo serán conformados al inicio del curso, presentarán sus avances semanalmente (uno o dos grupos) para la discusión general, y expondrán sus trabajos finales el último día del curso presentando su Producto Mínimo Viable ante un jurado.

TEMARIO

- 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: DIANA FERRÉ ALVARADO

La profesora Ferré es Magíster en Administración de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú y Bachiller en Administración de Empresas con especialización en Negociaciones Internacionales de la Universidad de Lima, Perú. Cuenta con estudios en Administración de Empresas Globales en la Escuela de Negocios de Maastricht University, Países Bajos, y en la University of Victoria, Canadá.

En relación con su experiencia profesional, ha sido Gerente General en una empresa privada del rubro inmobiliaria, así como CEO en sus propios emprendimientos tecnológicos.

Actualmente es Profesora del Área Académica de Marketing, Emprendimiento y Responsabilidad Social de CENTRUM Católica Graduate Business School, y Coordinadora del Centro de Emprendimiento e Innovación de CENTRUM Católica.

DURACIÓN: 24 HORAS

DIAS: MIÉRCOLES