

# Taller: Herramientas para la innovación

**Tipo de unidad curricular:**

Asignatura optativa.

**Año de la carrera:**

Primer o segundo año.

**Organización temporal:**

*Semestral.*

**Semestre**

Segundo semestre.

**Docente responsable:**

D.i. Marcelo Carretto.

**Equipo docente:**

Docente responsable: Marcelo Carretto.

Equipo docente: Pablo Darscht, Gabriel Yermán, Héctor Pastori.

**Régimen de cursado:**

Presencial

**Régimen de asistencia y aprobación:**

Asistencia controlada y aprobación por entregables.

Se realiza mediante la realización de entregables, resolución creativa de la problemática abordada.

No se prevé la realización de exámenes o pruebas complementarias.

**Créditos:**

Créditos asignados a la unidad curricular: 04

**Horas totales:**

Horas totales de trabajo estudiantil: 60

**Horas aula:**

Horas Clases: (teórico-prácticas): 24 horas.

**Año de edición del programa:**

2017.

**Conocimientos previos recomendados:**

No son necesarios conocimientos previos.

**Objetivos:**

El objetivo principal del taller es desarrollar habilidades que permitan a los estudiantes, incorporar a sus conocimientos una forma de pensar y ser innovadora, aportando herramientas de creatividad, pensamiento de diseño (design thinking) y metodologías ágiles (lean startup), para desarrollar proyectos innovadores.

Objetivos Específicos:

- Comprender las características y aportes que tiene desarrollar una actitud creativa e innovadora.
- Desarrollar la capacidad de obtener una comprensión profunda sobre los usuarios, sus necesidades y el contexto (el núcleo del pensamiento de diseño), para definir los problemas y generar soluciones o enfoques innovadores.
- Poner en práctica herramientas creativas y de testeo de conceptos, productos o servicios, para obtener una retroalimentación que permita una iteración certera y rápida.
- Desarrollar y validar capacidades transversales de trabajo en equipo, evaluación entre pares, comunicación cuya aplicación se extiende a un amplio rango de disciplinas.

#### **Contenidos:**

- Entorno creativo
- Comprender a los usuarios y detectar necesidades
- Desarrollo de soluciones innovadora
- La experimentación como método de validación y retroalimentación
- Comunicación y presentación de ideas

#### **Metodología de enseñanza:**

El curso tendrá una orientación teórica / práctica, con un fuerte componente de trabajo de taller y un desarrollo importante de actividades de campo fuera del aula y trabajo en equipo.

Dictado del curso: Teórico/práctico y trabajos de campo.

#### **Formas de evaluación:**

Se realiza mediante la realización de entregables, resolución creativa de la problemática abordada y pruebas de avance de lectura. No se prevé la realización de exámenes o pruebas complementarias.

#### **Bibliografía básica:**

- BROWN, TIM. Change by design: How Design Thinking transforms organization and inspires innovation, Harper Collins Publishers, Año 2009, 272 páginas, ISBN: 9780061766084.
- KIM – MAUBORGNE. La Estrategia del Océano Azul. Editorial NORMA. Año 2005 - 332 páginas, ISBN 13: 9788475774114.
- ALEXANDER OSTERWALDER, YVES PIGNEUR. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Año 2010, 288 páginas, ISBN: 978047876411.
- STEVEN BLANK. The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win. K&S Ranch Publishing LLC. Año 2013, 370 páginas, ISBN-13: 9780989200509.
- DAVE GRAY, SUNNI BROWN, JAMES MACANUFO. Game Storming. O'Reilly Media. Año 2010, 290 páginas, ISBN-13: 978-0596804176.
- ALEX OSTERWALDER Y OTROS. Value Proposition Design. John Wiley & Sons Inc. Año 2014, 320 páginas, ISBN-13: 978-1118968055.
- GUY KAWASAKI. The Art of Start 2.0. Penguin Publishing Group. Año 2015, 336 páginas, ISBN-13: 9781591847847.
- EDWARD DE BONO. Seis sombreros para pensar. Ediciones Granica S.A. Año 1988, 208 páginas, ISBN-13: 9789506410612.