Especialización

DISEÑO ESTRATÉGICO

e Innovación

Universidad Pontificia Bolivariana

Especialización en Diseño Estratégico e Innovación

Busca entregar herramientas que permitan la diferenciación de las empresas y productos, para competir y responder a las necesidades cambiantes de los usuarios, al sumar procesos de conceptualización de diseño y comunicación, para potenciar el diálogo entre diseño y gerencia, como factor fundamental para la innovación.
Inicia cohorte 18

OBJETIVO:

Activar el potencial del diseño en la estrategia de una empresa.

PERFIL PROFESIONAL

Concebir nuevas empresas o trabajar en la mejora y optimización de las existentes, con nuevos proyectos de diseño.

PERFIL OCUPACIONAL

Gerente de proyectos de diseño, asesor y consultor en desarrollo de proyectos de innovación en diseño y desarrollo de nuevos productos.

DURACIÓN

2 semestres académicos en modalidad presencial.

CRÉDITOS: 26

Especialización en Diseño Estratégico e Innovación 2014

SEMESTRE 1

INNOVACIÓN I
2 CRÉDITOS

Docente:
Juan Esteban Cuervo
Daniel Madrigal

Módulo 1: Innovación.
Exploración, reconocimiento y descripción de procesos y actividades aso- ciados al diseño, desarrollo, producción en el mercado de productos y ser- vicios, con el propósito de identificar posibilidades de agregar valor a los mismos.

- con la introducción de mejoras e innovación -

INNOVACIÓN II
2 CRÉDITOS

Docentes:
Fausto Zuleta
Carlos Ocampo

Módulo 1: Metodología para el desarrollo de productos y servicios.
Desarrolla soluciones para que sus productos y serviciós puedan articularse a sistemas productivos generando innovación.

Módulo 2: Busca alternativas para que sus productos y servicios se articulen al sistema productivo generando innovación.

ÉTICA Y ESTÉTICA
2 CRÉDITOS

Docente:
Beatriz Acosta

Módulo 1:
Reflexión acerca de la ética del diseño, para una mayor comprensión de los objetos en su contexto de uso.

LECTURA DEL CONTEXTO
3 CRÉDITOS

*Análisis de los aspectos culturales y comunicativos que, en un contexto específico, se identifiquen como relevantes para el diseño de productos.

*Reconocimiento de un entorno en relación con la capacidad para identificar oportunidades de diseño.

Módulo 1: Lectura de contexto con enfoques Prospectivos.
Detecta oportunidades de diseño en el contexto y las proyecta a futuro.

Módulo 2: Mercadeo estratégico
Busca maneras de interactuar con sus productos en mercados específicos.

Docentes:
Carolina Piedrahita
Carlos Mario Sierra

ESTRATEGIA
2 CRÉDITOS

Docentes:
Paula Trujillo
Susana Aristizábal

Formulación de estrategias para una empresa o un proyecto de diseño.
Módulo 1: Estrategia
Formúla una idea de negocio.
Módulo 2: Formulación de proyecto
Estructura su proyecto como una idea de negocio a largo plazo.

SEMINARIO DE GRADO

Docentes:
Hensey Vega

Acompañamiento y asesoría para el desarrollo del trabajo de grado.

Recopila y analiza la información del contexto para apoyar su proyecto desde la investigación.

TALLER DE ESTRATÉGIA
2 CRÉDITOS

Docentes:
Luz Patricia Rave
Oscar Hernandez

Desarrollo de un ejercicio teórico - práctico que permita aplicar de manera integrada los conocimientos, las estrategías en un proceso de diseño. Desarrolla habilidades para comercializar sus productos y servicios. Proyecta una alternativa de diseño que puede convertirse en negocio.

Especialización en Diseño Estratégico e Innovación 2014

SEMESTRE 2

PRODUCCIÓN 2 CRÉDITOS | Docente: Ana Isabel Palacios

Estudia alternativas de producción para su idea de negocio que favorezcan un impacto positivo en el contexto donde se aplicará y posibiliten minimizar algunos impactos negativos de la producción. herramientas para concebir y desarrollar procesos que favorezcan la innovación y que amplíen el ám- bito del producto, al del producto + servicio + comunicación, partiendo de la identidad de la empresa y del contexto local.

METODOLOGÍA DE LA GESTIÓN 2 CRÉDITOS | Docente: Mauricio Vasco

Conjunto de instrumentos teóricos y prácticos que permiten realizar una construcción mental sobre el producto. Recopilación y sistematización de ante- cedentes y proyecciones que permiten evaluar la viabilidad de los proyectos.

MARCA 2 CRÉDITOS | Docente: Pedro Pablo Bernal

Estudio del contexto de desarrollo de un proyecto o producto, con énfasis en los aspectos que desde el proceso de creación, intervienen en el posicionamiento de su marca.
El estudiante gestiona su proyecto, articulando diversas variables del diseño y de la empresa a través la creación de marca.

TALLER DE ESTRATEGIA II 2 CRÉDITOS | Docentes: Maria I. Saldarriaga Martín Moreno

Aplicación de métodos y estrategias para la ejecución de un proyecto desde la idea de negocio hasta la

ESTRATÉGIA 1 CRÉDITO | Docente: Felix Villegas

Estudia el contexto económico general buscando alternartivas de escalar su proyecto a otros mercados.

GESTIÓN DE PROYECTOS 2 CRÉDITOS | Docente: Pablo Aristizábal

Revisión y estudio de métodos y estrategias para la planeación, coordinación y ejecución del desarrollo de un proyecto.
Articula diversas variables de su proyecto a estrategias que le permitan mantenese en el tiempo.