



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

POSGRADO EN INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

GUÍA DOCENTE DE INTRAPRENEURSHIP AND DESIGN THINKING

[2021-2022]

DATOS GENERALES

Nombre del módulo:	Entrepreneurship and Design Thinking
Curso:	2021 - 2022 Primer cuatrimestre
Titulación:	Posgrado en Innovación y Emprendimiento
Número de créditos (ECTS):	5
Fecha de la última revisión:	Octubre de 2021
Profesor Responsable:	Prof. Mar Alarcón, Prof. Anna Ripoll

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

La asignatura tiene como objetivo dar una visión global del emprendimiento en su más amplio sentido. Con este objetivo, se tendrá en cuenta la conceptualización y el desarrollo de actividades estratégicas vinculadas con la innovación, en el sí de una organización y con tres diferentes focos:

1. La generación de nuevos productos y servicios adyacentes a los actuales.
2. La adopción de metodologías y *mindset* vinculados con la innovación.
3. La creación de start-ups desde la fase de ideación hasta la fase de crecimiento.

Además, la asignatura dará una visión teórica/práctica de las metodologías de innovación Design Thinking y Design Sprint. Para ello, el alumno aprenderá a:

- A. Poner foco en la curiosidad, empatía, creatividad y aprendizaje validado.
- B. Aplicar el concepto de Human Centered Design y el conocimiento y experiencia del cliente.
- C. Utilizar una forma de pensamiento y acción destinada a construir negocios, productos o servicios valiosos y viables en entornos complejos o de incertidumbre extrema, y hacerlo de forma rápida y sostenible.
- D. Encontrar soluciones innovadoras para crear un producto, servicio o experiencia y viables para el negocio y acorde con las necesidades del usuario.
- E. Ofrecer y utilizar herramientas claras y sencillas que puedan ser de utilidad en el día a día de los alumnos.
- F. Exponer y analizar casos prácticos de éxitos que ayuden a la comprensión de las metodologías y su implementación.

Por último, desde la óptica del emprendimiento, dentro o fuera de las organizaciones, el alumno profundizará en las dinámicas del ecosistema emprendedor, su argot, la mecánica de creación de startups, sus fases y el acceso a los distintos modelos de financiación.

2. OBJETIVOS

1. Entender y analizar el *porqué* de la importancia de la innovación en el sí de una organización y el contexto actual de cambio acelerado.
2. Profundizar en el desarrollo de programas de intraemprendimiento.
3. Comprender las vías más comunes de colaboración entre empresas establecidas y start-ups.
4. Conocer metodologías colaborativas y creativas vinculadas con la innovación como el Design Thinking.
5. Dominar metodologías orientadas a la iteración y co-creación en equipos y el uso de herramientas visuales para “aterrizar” ideas y modelar negocios.
6. Entender la dinámica del ecosistema emprendedor digital y tecnológico.
7. Conocer la metodología para la creación de una startup.
8. Entender las métricas fundamentales del negocio de las startups y los documentos esenciales para la búsqueda de financiación.

3. CONTENIDOS

TEMA 1. El ecosistema emprendedor

TEMA 2. Elementos clave para crear una startup

TEMA 3. Crecimiento y financiación de una startup

TEMA 4. Design Thinking: Empatizar y definir

TEMA 5. Design Thinking: Ideación, prototipado y testeo

TEMA 1. El ecosistema emprendedor

Resultados del aprendizaje

El participante conocerá la figura del emprendedor y sus características como líder de un proyecto, tanto dentro como fuera de una organización. Obtendrá la visión global del ecosistema emprendedor y conocerá las startups, sus fases y sus características.

Contenido

1. Conceptos básicos sobre emprendimiento
2. El emprendedor como líder
3. La Startup: Definición, características y fases.

TEMA 2. Elementos clave para crear una startup

Resultados del aprendizaje

El participante conocerá las distintas metodologías para la creación y lanzamiento de una startup desde su ideación hasta la denominada fase *growth* o de crecimiento. Se tratarán conceptos como el diseño de un canvas y el desarrollo de un producto mínimo viable (MVP).

Contenido

1. Aspectos clave para iniciar una Startup.
2. El modelo de negocio
3. Estudio del Canvas
4. Producto Mínimo Viable: Herramientas para evaluar la primera versión de tu startup
5. Plan financiero y métricas clave

TEMA 3. Crecimiento y financiación de una startup

Resultados del aprendizaje

El participante conocerá en profundidad el ecosistema inversor dentro del sector digital y tecnológico, en concreto el que participa en la fase startup. Asimismo, trabajará en la confección de

los documentos para acceder a financiación. Por último obtendrá el conocimiento del contenido y las métricas clave para la obtención de capital.

Contenido

1. Financiación para Startups: Ecosistema inversor
2. Elevator Pitch
3. Deck de Inversión

TEMA 4. Design Thinking: Empatizar y definir

Resultados del aprendizaje

El participante conocerá los fundamentos del Design thinking y a partir de un reto a resolver, pondrá en práctica las dos primeras fases de la metodología: "Empatizar" y "Definir":

- La empatía es una herramienta clave para hacer una inmersión en un proyecto, entender el contexto, detectar las necesidades de nuestro cliente y establecer una buena base sobre la que construir una solución.
- "Definir" corresponde a la segunda fase en un proceso de Design Thinking. Tras una etapa de divergencia en la que hemos adquirido un alto volumen de información, llega el turno de converger, sacar conclusiones y establecer el POV que será el trigger para la fase de ideación.

Contenido

1. Definición y orígenes
2. Fases del proceso de diseño
3. Casos de éxito
4. Presentación del reto a resolver
5. Fase 1: Empatizar
 - 5.1 Investigar para entender: ¿Para quién diseñamos?
 - 5.2 Desk research y User research
 - 5.3 Segmentación y captación de usuarios

5.4 Técnicas etnográficas de investigación: shadowing y entrevistas en profundidad

6. Fase 2: Definir

6.1 Sintetizar los resultados de la investigación

6.2 User personas

6.3 Redefinir el problema (POV)

6.4 Customer journey

TEMA 5. Design Thinking: Ideación, prototipado y testeo

Resultados del aprendizaje

El participante conocerá diferentes técnicas de ideación para generar la máxima cantidad de ideas que luego tendrá que priorizar. Las ideas priorizadas se prototiparán para poder tangibilizarlas y testearlas con el objetivo de obtener feedback que ayude a mejorarlas.

Al final de esta sesión, cada grupo presentará la solución final para resolver el reto.

Contenido

1. Fase 3: Idear

1.1 Técnicas de generación de ideas

1.2 Pensamiento convergente y divergente

1.3 Matriz de priorización de ideas

2. Fase 4: Prototipar

2.1 Tipos de prototipado

2.2 Técnicas de prototipado: Business origami, sketching, wireframing

2.3 Herramientas de prototipado online y offline

3. Fase 5. Testear

3.1 Ideas clave de la fase de "Testeo"

3.2 Análisis y priorización de los resultados

3.3 Iteración el prototipo

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

El proceso de aprendizaje experiencial en Euncet Business School combina un conjunto de metodologías que permiten al participante alcanzar de una forma práctica e innovadora las competencias propias del perfil profesional de salida establecido en un programa executive.

CLASES PARTICIPATIVAS

Las sesiones lectivas se llevan a cabo mediante la interacción permanente entre el alumnado y el profesorado que las imparte con la finalidad de contrastar los conceptos tratados mediante análisis y debate abierto con el apoyo de casos prácticos reales y simulaciones orientadas a la toma de decisiones.

CASOS PRÁCTICOS

Resolución de supuestos de problemáticas empresariales para experimentar la aplicación práctica de los contenidos teóricos de las diferentes asignaturas.

APRENDIZAJE POR PROYECTOS

Realización de trabajos en grupo para desarrollar y presentar tareas y proyectos, resolviendo situaciones o retos.

5. EVALUACIÓN

Los programas Executive Modular Education están basados en un modelo de evaluación por competencias, en el cual se valora el progreso del estudiante en la consecución de los objetivos planteados en el programa de estudios. Se basa en la reflexión y el análisis de casos prácticos de la vida real, simulaciones y Business Case que contribuyan a la toma de decisiones empresariales.

La calificación final de la materia se calculará haciendo la media aritmética de las notas obtenidas en los diferentes casos prácticos, ejercicios y/o presentación de trabajos prácticos o proyectos realizados de forma individual o grupal.

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Blank, S. 2013 'Why lean start-up changes everything'. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2013/05/why-the-lean-start-up-changes-everything>
- Brown, T, (2009), *Change by Design*, Nueva York, EUA, Harper Collins.
- Bry, N. 2018 'What is a Google Design Sprint?'. Disruptor League. <https://innovationexcellence.com/blog/2018/03/26/what-is-a-google-design-sprint/>
- Johnson. M. 2018 'How to Seize the White Space for Transformative Growth'. Insight <https://www.innosight.com/insight/the-idea-in-5-reinvent-your-business-model/>
- Knapp, J, (2016), *Sprint: How to Solve Big Problems and Test New Ideas in Just Five Days*, Nueva York, EUA, Simon & Schuster.
- Kumar, V (2012), *101 Design Methods, a structured approach for Driving innovation in your organization*, Nueva Jersey, EUA, Wiley 2012.
- Liedtka, J. 2018 'Why design Thinking works'. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2018/09/why-design-thinking-works>
- Ries, E (2011), *The Lean Startup*.
- Sinek, S (2009). *Start with Why*.

6.2. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Christensen, C (1997). *The innovator's dilemma*.
- Dyer, J, (2011), *The Innovator's DNA: Mastering the Five Skills of Disruptive Innovators*, Boston, EUA, Harvard Business School Press.
- Gladwell, M. (2000). *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*.
- Gladwell, M (2013). *David and Goliath*.
- Grant, A. *Give and Take*.
- Liedtka, J; Ogilvie, T (2011). *Designing for Growth: A Design Thinking Tool Kit for Managers*.
- Malone, M; Salim, S; Van Geest, Y. (2014); *Exponential Organizations: Why New Organizations are Ten Times Better, Faster, and Cheaper Than Yours (and what to Do about It)*.

- Manyika, J; Woetzel, J; Dobbs, R. (2015), *No Ordinary Disruption: The Four Global Forces Breaking All the Trends*.
- Osterwalder, A; Pigneur, Y. (2010) . *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*.
- Ries, E (2011), *The Lean Startup*.
- Ries, E (2019). *The Leader's Guide*.
- Rowan, D (2019). *Non-Bullshit Innovation: Radical Ideas from the World's Smartest Minds*.
- Rumelt, R (2011), *Good Strategy/Bad Strategy: The Difference and Why It Matters*.
- Shailendra, W; Uday, P. (2017). *Rethinking Science & Technology-enabled Innovation*.
- Stickdorn, M, (2018), *This is service design doing*, Newton, EUA, O'Reilly Media.