

CURSO PRESENCIAL [5 horas]

aedemo[®]

APROXIMACIÓN AL DESIGN THINKING ¿QUÉ APORTA A LA INVESTIGACIÓN?

**29 de Octubre del 2014
MADRID**

**Design
Thinking**



Objetivo de la sesión

El objetivo es realizar un acercamiento al **Design Thinking** como territorio que nace desde el diseño pero que, poco a poco, va generando nuevas oportunidades de trabajo al investigador.

La primera parte consiste en una introducción a los conceptos básicos y metodología de trabajo. Tras esta aproximación, se muestran algunos ejemplos prácticos de cómo se está aplicando el Design Thinking a los procesos de innovación y diseño de productos y servicios en la gran empresa. Y, finalmente, para facilitar la comprensión e interiorización de los conceptos básicos, se lleva a cabo un ejercicio práctico.

Destinatarios

Perfiles de investigación, tanto de institutos y agencias como departamentos de cliente, equipos de departamentos de innovación, experiencia cliente, calidad, universidades... Todo aquel que esté interesado en saber un poco más sobre esta nueva metodología de trabajo.

Requisitos para cursar

Interés hacia la disciplina.

Contenidos

SESIÓN >> 9.00 - 14.30 h.

9.00 PRESENTACIÓN DEL CURSO

Objetivo del curso, contenidos de la sesión y presentación de los ponentes.

Coordinadores: Felipe Romero (*CEO The Cocktail Analysis*) y Miguel Cervantes (*Vocal de formación de Aedemo*)

9.15 ELEMENTOS BÁSICOS DEL DESIGN THINKING

■ **Los principios del Design Thinking:** aprender haciendo, la cantidad es calidad,...

■ **Cuándo tiene sentido el Design Thinking.**

■ **Las fases del Design Thinking:** explorar, definir, idear, prototipar, evaluar. Objetivos y técnicas de cada una de las fases.

Profesora: Clara Tió (*Jefe de proyecto en The Cocktail Analysis*)

10.30 EL IMPACTO DEL DISEÑO DE SERVICIOS EN MOVISTAR O LA REVOLUCIÓN SILENCIOSA DEL POSIT

■ **El Design Thinking como marco de trabajo en una gran organización.**

■ **Ejemplo:** el rediseño de la experiencia de los clientes en las Tiendas Movistar.

■ **Retos y dificultades para la implementación del Design Thinking.**

Profesora: Ana Hernández Moratilla (*Diseñadora de servicios y líder de proyectos en Telefónica*)

11.30 EL DESIGN THINKING Y LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN

■ **El Design Thinking como herramienta para la identificación y la generación de oportunidades de negocio.**

■ **Integración del Design Thinking dentro de la cadena de valor de la empresa.**

■ **Casos prácticos:** generación y optimización de productos financieros a través del Design Thinking.

Profesor: Santiago de la Asunción (*Innovation Partner, responsable técnico de Crowdnovation, BBVA*)

12.30 EJEMPLO PRÁCTICO (EN PAREJAS). REDISEÑAR LA EXPERIENCIA DE HACER UN REGALO

Mediante un ejercicio práctico que se realiza en parejas se recorren las cinco fases básicas del Design Thinking facilitando la adquisición de vocabulario, la comprensión de en qué consiste cada una de las fases....

Profesora: Clara Tió (*Jefe de proyecto en The Cocktail Analysis*)

Profesorado



Ana Hernández Moratilla

Líder de proyectos en el departamento de experiencia de cliente de Telefónica, es diseñadora y lleva años liderando proyectos en los que combinando insights de cliente con procesos de diseño, se desarrollan productos y servicios para los distintos departamentos de la compañía.



Santiago de la Asunción

Con una dilatada experiencia en el entorno de la investigación, en la actualidad es Innovation Partner y responsable técnico de Crowdno-
vation, metodología enfocada a la generación de oportunidades de negocio a partir de técnicas de Design Thinking.



Clara Tió

Jefe de proyecto en The Cocktail Analysis orientada al Design Thinking como una vía para acercar la investigación al diseño.



Felipe Romero

Psicólogo. CEO de The Cocktail Analysis, agencia de investigación especializada en digital, comunicación y tendencias de consumo.

Duración del curso

Curso presencial de 5 horas

Fechas y horario

29 de octubre de 2014: de 9.00 a 14.30 h.

Lugar de celebración

Auditorio de la Secretaría de AEDEMO

C/ Alberto Bosch, 13 planta baja. 28014, Madrid

Tel. 91 330 07 19

Cuota de inscripción

(Poner una cruz en el casillero que corresponda)

● **Hasta el 20 de octubre:**

- | | |
|---|-----------------|
| <input type="checkbox"/> Socios AEDEMO | 150 € + 21% IVA |
| <input type="checkbox"/> No Socios AEDEMO | 250 € + 21% IVA |

● **Desde el 21 de octubre::**

- | | |
|---|-----------------|
| <input type="checkbox"/> Socios AEDEMO | 195 € + 21% IVA |
| <input type="checkbox"/> No Socios AEDEMO | 295 € + 21% IVA |

Becas para socios en desempleo, juniors y estudiantes (consultar en la web).

* **PLAZAS LIMITADAS**

Las plazas se reservarán por riguroso orden de recepción y **no se considerarán reservadas en firme hasta el recibo del pago de las mismas.**

Información e inscripciones

AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión)

C/ Alberto Bosch, 13 - 4ª planta. 28014 Madrid.

Tels. 91 330 07 19 - 93 363 10 50

e-mail: aedemo@aedemo.es

INSCRIPCIÓN EN BOLETÍN DISPONIBLE EN: www.aedemo.es