

# Strategic Design

Bob De Wilde, Matthew Prokop

Codi: 105742  
Crèdits. 6 ECTS  
Curs 4 Curs  
Semestre Primer Semestre  
Tipologia XXX  
Matèria XXX  
Data 27/2/2024 15:29

Aquesta assignatura s'imparteix en: Castellà i Anglès  
Les tutories es podran realitzar en: Castellà i Anglès

Presentació de l'assignatura

Continguts

Metodologia

Avaluació

Bibliografia i Recursos

Competències i Resultats d'Aprenentatge

# Presentació de l'assignatura

## Breu descripció

Aquesta assignatura dona continuïtat i va un pas més enllà de les assignatures obligatòries en matèria d'Empresa de segon i tercer curs, en les quals els alumnes han demostrat els coneixements i les competències necessàries en a la gestió d'un projecte de disseny, a segon curs, i en la gestió d'un projecte empresarial propi, a tercer curs. Els alumnes, doncs, saben utilitzar els principals conceptes de la gestió empresarial, des d'un punt de vista emprenedor, com són la definició i implementació de plans de marketing, recursos humans, producció o financer, per citar alguns exemples.

## Objectius Formatius

En aquest context, els objectius formatius de l'assignatura Direcció de Disseny se centren en la participació del disseny en la direcció estratègica d'empreses i institucions i es resumeixen en els següents punts:

- Interpretar l'entorn econòmic i social i tecnològic vinculat al disseny per a ser capaç d'identificar oportunitats estratègiques de millora del món que ens envolta, així com de desenvolupament associatiu, empresarial i professional.
- Participar en la gestió estratègica de l'empresa i/o institució. Utilitzar la metodologia del design thinking per a la resolució de problemes empresarials i la definició de nous serveis i/o models de negoci.
- Desenvolupar les competències necessàries per a la direcció d'empreses, institucions o departaments de disseny internacionals i multidisciplinaris.
- Desenvolupar les habilitats per a liderar equips, empreses, institucions o departaments de disseny: els estils de lideratge, la gestió del temps i les prioritats, la motivació i gestió de l'equip, la negociació amb clients i proveïdors.

## 1. Com podem fer servir el disseny per a millorar la realitat que ens envolta.

1. Quines oportunitats i necessitats generen els canvis econòmics, tecnològics i socials que s'estan produint?
2. Quin paper juga el disseny en les economies emergents i en l'economia occidental?
3. Com ens posicionem en aquest context com a individus? Com gestionem la nostra carrera professional?

## 2. El design thinking com a eina estratègica a empreses i institucions

1. Com podem aplicar la metodologia del design thinking per a resoldre problemes de sectors com el financer, l'educació o la salut? Què són metodologies com la de creative problem solving?
2. El disseny de serveis. Com podem contribuir a millorar serveis i models de negoci a través de les competències vinculades al disseny? Quines metodologies de treball existeixen?

## 3. La direcció de disseny

1. Com crear i gestionar equips globals i interdisciplinaris? La selecció i coordinació dels nostres col·laboradors i/o empleats.
2. Com trobem i gestionem la relació amb clients en altres parts del món?
3. On portem a terme les activitats de producció? Com seleccionem als nostres proveïdors en un context global? Com gestionem la relació per a complir les nostres expectatives de qualitat i terminis d'entrega?
4. La gestió dels recursos econòmics. La interpretació dels estats financers, el flux de caixa, el palanquejament financer, la inversió de socis, la gestió del Consell d'Administració.

## 4. El lideratge del projecte empresarial

1. Els estils de lideratge. Com adapto el meu estil de lideratge als meus col·laboradors i al context empresarial? Com genero la motivació per a aconseguir els objectius?
2. Com disminuir el temps que dediquem als assumptes urgents i dedicar-lo als importants. Com puc coordinar a un equip de col·laboradors per a complir els objectius de l'empresa?

3. La negociació. Com puc arribar a solucions acceptables per a tots els membres de l'equip / empresa / institució
4. Gestió de conflictes. per al win-win. Com gestionar la relació amb els teus col·laboradors i/o cap? Com dono feedback per a que els meus col·laboradors millorin el seu rendiment? Com puc gestionar situacions difícils com un baix rendiment, la manca d'encaix amb els valors d'un projecte o un acomiadament?

La metodologia s'estructura de la següent manera:

a. Presentació d'informació. Juntament amb les classes magistrals i la recerca realitzada pels propis alumnes, els estudis de cas són de vital importància per al desenvolupament de l'assignatura, ja que permeten als alumnes situar els continguts del curs en l'actualitat empresarial del sector. Casos seleccionats seran presentats pel Director de Disseny o Responsable d'R+D de l'empresa/institució i, quan la logística i capacitat de l'espai ho permeti, els alumnes es desplaçaran a la seu de l'empresa/institució per a obtenir la informació del cas in situ i participar de forma activa en els reptes plantejats per les empreses. En aquest sentit, la presentació dels casos per part de les mateixes empreses/institucions permet generar una relació personal amb els protagonistes de la indústria del sector, que facilita que els alumnes s'adonin de la diversitat de rols professionals que poden desenvolupar.

b. Construcció de coneixement. Els alumnes realitzaran diversos exercicis pràctics com són els jocs de rol, anàlisi i discussió de publicacions, així com la presentació pública dels reptes empresarials plantejats als estudis de cas. D'altra banda, els alumnes participaran en un taller pràctic utilitzant la metodologia del design thinking, per a la definició de nous serveis, en col·laboració amb una empresa seleccionada. El taller pràctic és un exercici de transferència de coneixement útil per ambdós els alumnes i les empreses implicades, que en el context de l'assignatura permet ésser dinamitzat i fer-ne un seguiment per tal d'obtenir-ne els objectius plantejats.

El marc general d'avaluació de l'assignatura comprèn diverses activitats d'avaluació contínua, vinculades als exercicis realitzats durant les sessions, i una entrega final del projecte (el conjunt de notes de les activitats d'avaluació contínua constitueixen el 40% de la nota del curs i l'entrega final el 60%).

D'acord amb els objectius del curs i les competències CE11, CE13, CT11 i CT16, les proves d'avaluació es plantegen com un simulacre dels entregables que s'utilitzen a la realitat professional del sector. Per exemple, es demana als alumnes proposar, mitjançant un temps limitat i un entorn físic sovint extern al de l'aula, solucions argumentades a les problemàtiques empresarials expressades pels mateixos directius d'empreses / centres tecnològics / institucions que participen als estudis de cas. En aquest sentit, resultarà d'especial interès el feedback sobre l'actuació dels alumnes que proporcionaran els mateixos professionals del sector involucrats (aquesta avaluació no comportarà una nota, però sí una presa de contacte amb el nivell d'exigència i criteris de valoració de l'àmbit professional).

D'altra banda, per a treballar les competències CT6, CT7 i CT8, les activitats avaluable comprendran treball en equip així com individual, tenint en compte que diferents alumnes hauran de presentar l'activitat de l'equip i que es crearan grups de 2 o 3 alumnes en funció de l'activitat a realitzar. Des de l'assignatura s'incentivarà a nivell d'avaluació l'entrega de treballs, siguin escrits o orals, en llengua anglesa (competència CT1 i CT2).

Per últim, cal puntualitzar que els alumnes no seran només objecte d'avaluació, sinó també avaluadors de la seva pròpia feina i la del grup, per tal de fomentar la seva capacitat d'iniciativa i de presa de decisions (competència CT8) així com la capacitat de definir el seu propi itinerari professional (competència CT18).

Alessina, A., & Glaeser, E. L. (2013). Fighting Poverty in the US and Europe. Oxford University Press.

Brown, T., Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society, HarperCollins, 2009, ISBN: 9780061766084.

Brown, T., Wyatt, J. , Design thinking for Social Innovation, Stanford Social Innovation Review, <http://www.ssireview.org>, 2010

Daft, R. L., Organization Theory and Design, Thomson South-Western, 2004, ISBN: 0-324-28278-8

Durkheim, É. ([1898] 2014). La división del trabajo social. Ediciones Lea.

Echevarría, B. (2011). Modernidad y Blanquitud. Biblioteca Era.

Espinosa, E. L. de. (2004). Bajo puertas de fuego: el nuevo desorden internacional. Taurus.

Habermas, J. (2007). Moral consciousness and communicative action. Polity Press.

Lockwood, T., Walton, T., Building Design Strategy: Using Design to Achieve Key Business Objectives, DMI & Allworth Press, 2008, ISBN-10: 1-58115-653-7

Mumford, L. ([1934] 1997). Técnica y civilización. Alianza.

Nelson, B., 1001 formas de motivar, Gestión 2000, 1997, ISBN: 84-96426-68-8



Reis, E., Moore, M., Clarke, G., Sison, M., Hossain, N., Tomaz, O. R., Noushin Kalati, J. M., & Swaan, A. de. (2005). Elite perceptions on poverty and inequality (M. M. Elisa Reis (Ed.)). Zed Books.

Ridderstrale J., Nordström K., Funky Business, Financial Times Prentice Hall, 2001, ISBN-10: 0273659073

Rowe, G. P., Design Thinking, Cambridge: The MIT Press. 1987, ISBN: 978-0-262-68067-7.

Sandel, M. J. (2013). What money can't buy. The moral limits of markets. Penguin Books.

Sampedro, J. (1972). Conciencia del subdesarrollo (Primera ed). Salvat Editores, Alianza Editorial.

Smart Design, Smart Thinking, <http://www.smartdesignworldwide.com/thinking>

Schopenhauer, A. (1993). Los dos problemas fundamentales de la ética. Siglo XXI.

Tortosa, J. (2001). El juego global. Maldesarrollo y pobreza en el capitalismo mundial. Icaria.

Viladàs, X., Diseño rentable. Diez temas a debate, Index Book, 2008, ISBN: 978-84-96774-82-7.

World Social Report. (2020).

Yapa, L. (2002). How the discipline of geography exacerbates poverty in the Third World. Futures, 34, 33-46.

Zenger, J. H., Folkman, J. R., Scott K., El líder inspirador, Profit Editorial, 2009, ISBN: 978-84-96998-19-3.

# Competències i resultats d'aprenentatge

## Competències específiques

### Competència

CE11 Demostrar comprendre el funcionament de l'entorn econòmic, empresarial i institucional en el qual es contracten i desenvolupen professionalment els projectes i les activitats de disseny.

### Resultats d'aprenentatge

CE11.2 Analitzar les condicions i sistemes de funcionament habituals per a la contractació externa de serveis de disseny.

CE11.3 Definir la incorporació del disseny en l'organigrama de les organitzacions empresarials i el seu paper en les mateixes.

### Competència

CE13 Planificar, organitzar, gestionar i administrar el desenvolupament de projectes de disseny, tant en el marc del treball professional autònom com en les organitzacions empresarials o institucionals.

### Resultats d'aprenentatge

CE13.1 Planificar i organitzar un projecte de disseny establint objectius, cronograma de fases i entregues i definint els agents participants o col·laboradors en el procés.

### Competències transversals

CT1 Capacitat de comunicació oral i escrita en la llengua nativa i en altres llengües com ara l'anglès que permeti treballar en un context internacional

CT2 Elaborar informes professionals i treballs acadèmics.

CT6 Capacitat per treballar en equip i aptituds per al diàleg amb els diferents agents i disciplines que poden intervenir en el desenvolupament d'un projecte de disseny.

CT7 Capacitat per a coordinar, dirigir i liderar grups de treball al voltant d'un projecte de disseny, o bé on el disseny ocupi un lloc rellevant.

CT8 Capacitat d'iniciativa i esperit emprenedor.

CT11 Capacitat d'adaptació a l'entorn professional nacional i internacional i, en particular, als canvis tecnològics, socials i econòmics que es van produint.

CT16 Demostrar que es posseeixen valors i principis deontològics propis de la professió.

CT18 Capacitat d'autogestionar el desenvolupament d'un itinerari professional.