

# Strategic Design

Bob De Wilde, Matthew Prokop

Código: 105742  
Créditos: 6 ECTS  
Curso: 4 Curso  
Semestre: Primer Semestre  
Tipología: XXX  
Materia: XXX  
Fecha: 27/2/2024 15:32

Esta asignatura se imparte en: Español e Inglés  
Las tutorías se podrán realizar en: Español e Inglés

Presentación de la asignatura

Recomendaciones

Contenidos

Metodología

Evaluación [u](#)

Bibliografía y Recursos

Competencias y Resultados de Aprendizaje

# Presentación de la asignatura

## Breve descripción

Esta asignatura da continuidad y va un paso más allá de las asignaturas obligatorias en materia de empresa de segundo y tercer curso, en las cuales los alumnos han demostrado los conocimientos y las competencias necesarias en a la gestión de un proyecto de diseño, en segundo curso, y en la gestión de un proyecto empresarial propio, en tercer curso. Los alumnos, pues, saben utilizar los principales conceptos de la gestión empresarial, desde un punto de vista emprendedor, como son la definición e implementación de planes de marketing, recursos humanos, producción o financiero, para citar algunos ejemplos.

## Objetivos Formativos

En este contexto, los objetivos formativos de la asignatura Dirección de Diseño se centran en la participación del diseño en la dirección estratégica de empresas e instituciones y se resumen en los siguientes puntos:

Interpretar el entorno económico, tecnológico y social vinculado al diseño para ser capaz de identificar oportunidades estratégicas de mejora del mundo que nos rodea, así como de desarrollo asociativo, empresarial y profesional.

Participar en la gestión estratégica de la empresa y/o institución. Utilizar la metodología del design thinking para la resolución de problemas empresariales y la definición de nuevos servicios y/o modelos de negocio.

Desarrollar las competencias necesarias para la dirección de empresas, instituciones o departamentos de diseño internacionales y multidisciplinares.

Desarrollar las habilidades para liderar equipos, empresas, instituciones o departamentos de diseño: los estilos de liderazgo, la gestión del tiempo y las prioridades, la motivación y gestión del equipo, la negociación con clientes y proveedores.

# Contenidos

1. ¿Cómo podemos usar el diseño para mejorar la realidad que nos rodea?

¿Qué oportunidades y necesidades generan los cambios económicos, tecnológicos y sociales que se están produciendo?

¿Qué papel juega el diseño en las economías emergentes y en la economía occidental?

¿Cómo nos posicionamos en este contexto como individuos? ¿Cómo gestionamos nuestra carrera profesional?

2. El design thinking como herramienta estratégica en empresas e instituciones

¿Cómo podemos aplicar la metodología del design thinking para resolver problemas de sectores como el financiero, la educación o la salud? ¿Qué son metodologías como la de creative problem solving?

El diseño de servicios. ¿Cómo podemos contribuir a mejorar servicios y modelos de negocio a través de las competencias vinculadas al diseño? ¿Qué metodologías de trabajo existen?

3. La dirección de diseño

¿Cómo crear y gestionar equipos globales e interdisciplinarios? La selección y coordinación de nuestros colaboradores y/o empleados.

¿Cómo encontramos y gestionamos la relación con clientes en otras partes del mundo?

¿Donde llevamos a cabo las actividades de producción? ¿Cómo seleccionamos a nuestros proveedores en un contexto global? ¿Cómo gestionamos la relación para cumplir nuestras expectativas de calidad y plazos de entrega?

La gestión de los recursos económicos. La interpretación de los estados financieros, el flujo de caja, el apalancamiento financiero, la inversión de socios, la gestión del Consejo de Administración.

4. El liderazgo del proyecto empresarial

Los estilos de liderazgo. ¿Cómo adapto mi estilo de liderazgo a mis colaboradores y al contexto empresarial? ¿Cómo genero la motivación para conseguir los objetivos?

¿Cómo disminuir el tiempo que dedicamos a los asuntos urgentes y dedicarlo a los importantes? ¿Cómo puedo coordinar a un equipo de colaboradores para cumplir los objetivos de la empresa?

La negociación. ¿Cómo puedo llegar a soluciones aceptables para todos los miembros del equipo/empresa/institución?

Gestión de conflictos para el win-win. ¿Cómo gestionar la relación con tus colaboradores y/o jefes? ¿Cómo doy feedback para que mis colaboradores mejoren su rendimiento? ¿Cómo puedo gestionar situaciones difíciles como un bajo rendimiento, la carencia de ensambladura con los valores de un proyecto o un despido?

La metodología se estructura de la siguiente manera:

a. Presentación de información. Junto con las clases magistrales y la investigación realizada por los propios alumnos, los estudios de caso son de vital importancia para el desarrollo de la asignatura, puesto que permiten a los alumnos situar los contenidos del curso en la actualidad empresarial del sector. Casos seleccionados serán presentados por el Director de Diseño o Responsable de I+D de la empresa/institución y, cuando la logística y capacidad del espacio lo permita, los alumnos se desplazarán en la sede de la empresa/institución para obtener la información del caso in situ y participar de forma activa en los retos planteados por las empresas. En este sentido, la presentación de los casos por parte de las mismas empresas/instituciones permite generar una relación personal con los protagonistas de la industria del sector, que facilita que los alumnos se den cuenta de la diversidad de roles profesionales que pueden desarrollar.

b. Construcción de conocimiento. Los alumnos realizarán varios ejercicios prácticos como son los juegos de rol, análisis y discusión de publicaciones, así como la presentación pública de los retos empresariales planteados a los estudios de caso. Por otro lado, los alumnos participarán en un taller práctico utilizando la metodología del design thinking, para la definición de nuevos servicios, en colaboración con una empresa/institución seleccionada. El taller práctico es un ejercicio de transferencia de conocimiento útil por ambos los alumnos y las empresas/instituciones implicadas, que en el contexto de la asignatura permite ser dinamizado y hacer un seguimiento para obtener los objetivos planteados.

# Evaluación

El marco general de evaluación de la asignatura comprende varias actividades de evaluación continua, vinculadas a los ejercicios realizados durante las sesiones, y una entrega final del proyecto (el conjunto de notas de las actividades de evaluación continua constituye el 40% de la nota del curso y la entrega final el 60%).

De acuerdo con los objetivos del curso y las competencias CE11, CE13, CT11 y CT16, las pruebas de evaluación se plantean como un simulacro de los entregables que se utilizan a la realidad profesional del sector. Por ejemplo, se pide a los alumnos proponer, mediante un tiempo limitado y un entorno físico a menudo externo al del aula, soluciones argumentadas a las problemáticas empresariales expresadas por los mismos directivos de empresas / centros tecnológicos que participan a los estudios de caso. En este sentido, resultará de especial interés el feedback sobre la actuación de los alumnos que proporcionarán los mismos profesionales del sector involucrados (esta evaluación no comportará una nota, pero sí una toma de contacto con el nivel de exigencia y criterios de valoración del ámbito profesional).

Por otro lado, para trabajar las competencias CT6, CT7 y CT8, las actividades evaluables comprenderán trabajo en equipo, así como individual, teniendo en cuenta que diferentes alumnos tendrán que presentar la actividad del equipo y que se crearán grupos de 2 o 3 alumnos en función de la actividad a realizar. Desde la asignatura se incentivará a nivel de evaluación la entrega de trabajos, sean escritos u orales, en lengua inglesa (competencia CT1 y CT2).

Por último, hay que puntualizar que los alumnos no serán sólo objeto de evaluación, sino también evaluadores de su propio trabajo y la del grupo, para fomentar su capacidad de iniciativa y de toma de decisiones (competencia CT8) así como la capacidad de definir su propio itinerario profesional (competencia CT18).

# Bibliografía y Recursos

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.

# Competencias específicas

## Competencia

CE11 Demostrar comprender el funcionamiento del entorno económico, empresarial e institucional en el cual se contratan y desarrollan profesionalmente los proyectos y las actividades de diseño.

### Resultados de aprendizaje

CE11.2 Analizar las condiciones y sistemas de funcionamiento habituales para la contratación externa de servicios de diseño.

CE11.3 Definir la incorporación del diseño en el organigrama de las organizaciones empresariales y su papel en las mismas.

## Competencia

CE13 Planificar, organizar, gestionar y administrar el desarrollo de proyectos de diseño, tanto en el marco del trabajo profesional autónomo como en las organizaciones empresariales o institucionales.

### Resultados de aprendizaje

CE13.1 Planificar y organizar un proyecto de diseño estableciendo objetivos, cronograma de fases y entregas y definiendo los agentes participantes o colaboradores en el proceso.

## Competencias transversales

CT1 Capacidad de comunicación oral y escrita en la lengua nativa y en otras lenguas como por ejemplo el inglés que permita trabajar en un contexto internacional

CT2 Elaborar informes profesionales y trabajos académicos.

CT6 Capacidad para trabajar en equipo y aptitudes para el diálogo con los diferentes agentes y disciplinas que pueden intervenir en el desarrollo de un proyecto de diseño.

CT7 Capacidad para coordinar, dirigir y liderar grupos de trabajo alrededor de un proyecto de diseño, o bien donde el diseño ocupe un lugar relevante.

CT8 Capacidad de iniciativa y espíritu emprendedor.

CT11 Capacidad de adaptación al entorno profesional nacional e internacional y, en particular, a los cambios tecnológicos, sociales y económicos que se van produciendo.

CT16 Demostrar que se poseen valores y principios deontológicos propios de la profesión.

CT18 Capacidad de autogestionar el desarrollo de un itinerario profesional.