

Design Thinking y la innovación Empresarial

Online
(2x1)

inicia **27** julio
10 Horas
18:00 a 20:00

Socios No socios

\$70 **\$100**

Inscríbete:  0999100500 |  capacitacion@ccq.edu.ec

www.ccq.edu.ec



CÁMARA
DE COMERCIO
DE QUITO

 ESCUELA
DE NEGOCIOS

DESIGN THINKING



DESCRIPCIÓN:

El proceso que las organizaciones siguen para gestionar la información que tienen sobre su mercado o público objetivo, llega a desgastarse y empieza a arrojar soluciones de emergencia:, es decir productos o servicios de poco impacto en el mercado.

Ante ese panorama, para generar ideas innovadoras actualmente se usa Design Thinking, metodología creativa que se centra en entender y dar soluciones eficaces a necesidades y expectativas de los usuarios.

Sí traducimos de forma literal Design Thinking sería “Pensamiento de Diseño” porque se basa en los criterios que usan para encontrar soluciones poco convencionales y originales los diseñadores de producto.

Esta herramienta fue creada en los años 70, productos exitosos y memorables como el iMac y el iPhone, los audífonos Beats, las cámaras GoPro, así como servicios innovadores y hasta empresas exitosas como Netflix, Uber o AirBnB han sido y están siendo creados usando Design Thinking.

DESIGN THINKING



OBJETIVOS:

Adquirir criterios y entendimientos sobre la metodología Design Thinking, su aplicabilidad y usos para desarrollar eficientemente procesos de innovación en productos, servicios y modelos de negocios centrados en las expectativas del usuario.

Este espacio permitirá la discusión sobre las oportunidades de aplicación, tanto en el contexto individual del participante como en el de las organizaciones en las que colaboran.

DIRIGIDO A:

Profesionales en diferentes áreas y posiciones dentro de una organización: administradores, directores de diseño de producto, recursos humanos, comunicación, relaciones públicas, desarrollo e ingeniería, áreas creativas y áreas analíticas.

DESIGN THINKING



CONTENIDO:

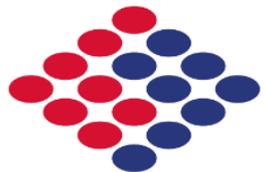
- Contextualización: Criterios y Usos.
- Creatividad y pensamiento lateral.
- Fase de Design Thinking:
 - Entender: Empatizar y Definir
 - Explorar: Idear y Prototipar
 - Materializar: Testar e Implementar
- Análisis de casos de éxito.
- Recomendaciones específicas para inquietudes que surjan en el transcurso del seminario.



Máster en
Administración de
Empresas MBA de la
Universidad EAFIT con
énfasis en Mercadeo

RICARDO GONZALEZ

- Cuenta con experiencia en validación de modelos de negocios bajo metodología Lean Start Up, asesoría y consultoría en Marketing y Neuroventas.
- Ha participado como voluntario en Ruta N, empresa estatal Colombiana en la búsqueda de Capital Inteligente para emprendimientos en Medellín y fue invitado como asesor en Marketing en el Start Up Weekend Medellín y como Mentor en el Start Up Weekend Pereira, evento en el cual los dos equipos asesorados obtuvieron, el segundo lugar y un reconocimiento por innovación.
- Invitado como conferencista por la Universidad San Buenaventura de Medellín-Colombia para la ponencia sobre innovación y desarrollo de emprendimientos sostenibles.
- Invitado como ponente en el Campus Party Ecuador 2015 sobre Marketing de Guerrilla, para ciudades inteligentes.
- Invitado como profesor para la cátedra de Sistemas de Información empresarial, comercio electrónico y marketing digital por la Escuela Politécnica de Chimborazo ESPOCH, para la Maestría en Gerencia de Mercadeo y Servicio al Cliente.



CÁMARA
DE COMERCIO
DE QUITO



ESCUELA
DE NEGOCIOS

1800 227-227

www.ccq.edu.ec

Av. Amazonas y República
Edificio Las Cámaras

