



PROGRAMA DIPLOMADO ONLINE

DBD DISEÑO BASADO EN DATOS

desde el

12 JUL

hasta el

07 ENE 23

2022

horario MARTES & JUEVES

18:30 Hrs

21:00 Hrs

horario SÁBADO

10:00 Hrs

13:30 Hrs

RESUMEN

Con la revolución digital las expectativas de los consumidores para tener experiencias y acceso a servicios que se adapten a sus necesidades no ha hecho más que crecer. Al mismo tiempo, nos ha instalado en lo que hoy día conocemos como la economía de los datos. **The Economist ha proclamado que los datos serán para el siglo XXI lo que el petróleo fue para el siglo XX: un facilitador de nuevas tecnologías, nuevos productos y nuevos negocios.**

En este escenario, uno de los pilares fundamentales para que las empresas sean capaces de satisfacer las necesidades de sus clientes, independientemente de la industria, es tener equipos que sepan diseñar trabajando con datos dentro del proceso de diseño y utilizándolos para la toma de decisiones.

Según la AIGA, en su informe Design Futures, declara **“los datos se están convirtiendo en un recurso fundamental: un material de diseño”**, por tanto se requiere diseñadores capaces de diseñar sistemas y que cuenten con nuevas competencias que les permitan lidiar con los desafíos técnicos y éticos que la economía de datos supone.

El presente Diplomado propone una metodología de aprendizaje activo, con contenidos actuales y relevantes para preparar a diseñadores, creativos, comunicadores y gestores de proyecto en su inserción en el mundo profesional del diseño de experiencias, servicios y productos poniendo foco en la etapa de investigación de diseño. Mediante un enfoque teórico-práctico, podrán ser capaces de dar forma a los datos, tanto en su recolección, como interpretación o reutilización, para vincular de manera exitosa el desarrollo de experiencias, servicios y productos al negocio.

DIRIGIDO A

Profesionales del diseño, comunicación, investigadores de usuario y/o gestores de proyectos con interés en profundizar en el uso de técnicas y herramientas de investigación en diseño para conducir el desarrollo de proyectos de experiencia centrados en el usuario.

Profesionales interesados en aprender sobre el trabajo con datos y su implicancia dentro del desarrollo de experiencias, servicios y productos. Profesionales que deban enfrentar el desafío de la transformación digital como expresión de un cambio cultural más profundo en servicios y usuarios.

“Nosotros creemos que los diseñadores tienen que contribuir en la elaboración de experimentos y en la gestión de procesos para recolectar datos. Tienen que estar involucrados en las decisiones estratégicas de cuándo, cómo y qué tipo de data debería ser utilizada.”

KING, R., CHURCHILL, F. & TAN, C., 2017

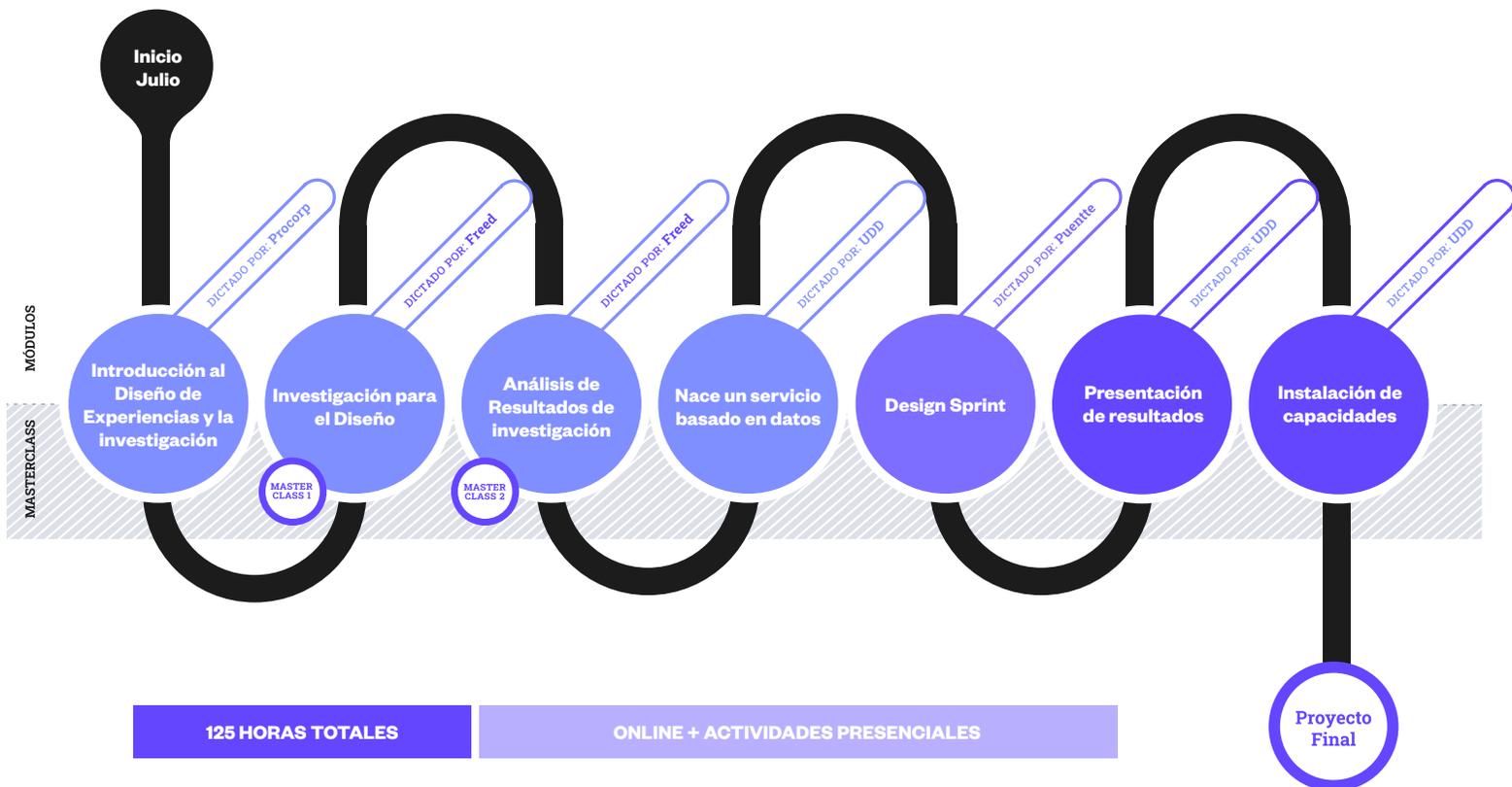
OBJETIVOS

- Distinguir, elegir y aplicar diferentes métodos y herramientas de investigación para el diseño.
- Desarrollar capacidades para planificar, definir el alcance y ejecutar una investigación para el diseño con foco en la recolección y análisis de datos.
- Analizar, sintetizar y comunicar los datos de la investigación para el diseño.
- Formular hipótesis y diseñar experimentos/prototipos para su validación mediante el trabajo con datos.
- Desarrollar habilidades y competencias necesarias para llevar adelante un trabajo interdisciplinario.
- Identificar y abordar los aspectos éticos y legales del trabajo con datos.

CONTENIDOS

El programa contempla **7 unidades de contenidos**, en las cuales se combinan clases teóricas, masterclass y clases de ejercitación práctica. Con un fuerte **enfoque teórico-práctico**, se busca que los alumnos puedan aplicar y ejercitar de forma permanente los contenidos aprendidos. Por otra parte, las **Masterclass** buscan profundizar contenidos específicos con expertos en el tema.

Los alumnos deberán desarrollar un **proyecto final** durante el diplomado que tiene como foco la aplicación de lo aprendido y la construcción de un portafolio personal acerca del diseño basado en datos.



UNIDAD 1

INTRODUCCIÓN AL DISEÑO DE EXPERIENCIAS Y LA INVESTIGACIÓN

UNIDAD DICTADA POR PROCORP

Objetivo

Comprender el origen, valor y proyección del Diseño centrado en las personas desde un enfoque interdisciplinario y multisistémico aplicado a Experiencias, Servicios y Productos.

1.1 Introducción al diseño de experiencias

Evolución de la economía

- Contexto histórico y su evolución
- Características de los servicios y los productos desde un enfoque integral y sistémico
- Producto > Servicio > Experiencia
- Cómo surge el Diseño de Experiencias
- Comunidad de práctica antes de la disciplina académica
- Escuelas
- Evolución desde la aplicación
- Qué es el Diseño de Experiencias
- Definiciones
- Qué no es
- Características del DE
- Diseño de Experiencias vs. otras disciplinas y metodologías
- Agile, Lean, Design Thinking, UX
- Importancia de la interdisciplina
- Marketing tradicional

1.2 Introducción a la investigación para el diseño de experiencias: ¿Por qué y para qué investigamos?

Fundamentos metodológicos

- Definir un propósito y preguntas de investigación
- Diseño, muestreo, recolección y análisis
- Vocabulario (métodos, técnicas, instrumentos, herramientas)

Tipos de investigación

- Exploratoria vs. indagatoria
- Proceso inductivo vs. deductivo

¿Qué es un dato de investigación?

- Definiciones
- Cuantitativo + cualitativo (cualitativo también es dato!)
- Fuentes de datos

UNIDAD 2

INVESTIGACIÓN PARA EL DISEÑO

UNIDAD DICTADA POR FREED

Objetivo

Aprender a llevar a cabo un proyecto de investigación, desde el diseño a la ejecución y la presentación de resultados.

2.1 Diseño de investigación

- Alcance
- Tipo de investigación
- Métodos
- Técnicas y herramientas disponibles
- Plan de investigación
- Ejecución
- Análisis de resultados
- Presentación de resultados

2.2 (algunos) métodos de investigación

Cualitativos

- Entrevista en profundidad
- Observación en terreno
- Cliente incógnito
- Netnografía
- Estudio de casos y tendencias
- Análisis de conversaciones

Cuantitativos

- Encuestas
- Experimento controlado
- Análisis de datos cuantitativos secundarios
- Estudio de tendencias y proyecciones

Otros métodos

- Investigación de escritorio (desktop research)
- Datos objetivos de uso
- Analítica web
- Analítica de RRSS
- Logs de transacciones
- UX Research y optimización de proyectos digitales
- Métodos
- Test de usabilidad
- Card sorting
- A/B Testing
- Eye tracking
- Análisis de comportamiento (web analytics)

- Validación de demanda
- Métricas de experiencia y optimización (CX / UX / CRO)
- Tiempo en la tarea
- Carga cognitiva
- Tasa de conversión

2.3 Recolección de datos

Buenas prácticas en recolección, manejo y análisis de datos para proyectos de Diseño basados en datos

- Mantener la coherencia con el plan de investigación
- Antes de reinventar la rueda, asegurarnos que esos datos no existen ya
- Si existen y son de terceros, asegurarnos que sean válidos
- Estrategias de validación
- Triangulación
- Colaboración con participantes
- Auditoría
- Revisión de pares
- Casos prácticos, diseñar un plan de investigación para:
- Conocer un grupo de personas (usuarios, clientes)
- Conocer una organización
- Mapear un sistema y los vínculos entre sus partes
- Formular una idea de negocios
- Validar una idea de negocios
- Testear un producto
- Abordar un proyecto de investigación en contexto:
- B2B
- B2C
- Servicios públicos
- Grupos y sistemas colaborativo

2.4 Ética de la investigación

Aspectos éticos de la investigación

- Respeto de las personas
- Estudios involucrando personas
- Anonimización de los datos
- Fotografía y observación en terreno
- Conflicto de interés
- Investigación in house
- Protocolo y acuerdo de confidencialidad
- Propiedad, almacenamiento y custodia de los datos
- Difusión

UNIDAD 3

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

UNIDAD DICTADA POR FREED

Objetivo

Aprender a analizar rigurosamente los datos para identificar insights relevantes a la toma de decisiones de diseño.

3.1 Métodos de análisis

Cualitativo

- Análisis temático
- Análisis de texto

Cuantitativo

- Análisis de datos primarios: encontrar sentido en los datos
- Experimentos: Análisis e interpretación de resultados
- Análisis de datos secundarios
- Análisis de datos en estudios con métodos mixtos
- Calidad de la investigación

UNIDAD 4

NACE UN SERVICIO BASADO EN DATOS

Objetivo

Entender cómo vincular la investigación con la implementación de un nuevo servicio o la mejora de un servicio existente.

4.1 Cómo nace un servicio basado en datos

Implementación y ciclo de vida de un proyecto

- De los datos al servicio
- Ciclo de vida de un proyecto, de la investigación a la implementación y la medición de resultados
- Antes de reinventar la rueda: gestión de proyecto
- Cómo diseñar para
- Experiencias y servicios
- Ecosistemas / comunidades
- Casos
- Identificación de oportunidades y proceso de innovación
- Métodos de ideación
- Matrices de priorización

- Casos
- Concepto
- Desarrollo, testeo, evaluación de UX
- Prototipos y MVP
- Métodos de prototipado
- Características de un buen prototipo
- Testeo
- MVP

UNIDAD 5

DESIGN SPRINT

UNIDAD DICTADA POR PUENTTE

Objetivo

Introducir al Design Thinking y aplicar las cinco fases del proceso Design Sprint a un caso ficticio, para identificar una necesidad y diseñar una solución mediante un proceso colaborativo, sistematizado y estructurado, permitiendo a los alumnos idear y prototipar de manera remota, rápida y democrática.

5.1 Introducción al design thinking y design sprint

Design Thinking

- ¿Qué es el Design Thinking?
- Las 5 fases del Design Thinking
- Tipos de ideación y prototipado.
- Casos de Éxito
- Ejercicios prácticos.
- Design Sprint
- ¿Qué es el Design Sprint?
- El origen de la metodología.
- Las 5 fases del Design Sprint.
- Versiones del Design Sprint (10 años de evolución)
- Casos de éxito.

5.2 Workshop design sprint

Entender y Definir

- Lightning Talk (charla desafío)
- Entrevista a Experto(a)
- HMW's y Note and Map.
- Sprint Questions
- Idear y Decidir
- Lightning Demos
- Four Step Sketch (ideación)

- Heatmap y voto personal
- Voto decisivo.
- Prototipar
- Asignación de roles
- Prototipado Digital
- Preparación Entrevistas.
- Validación y Retrospectiva
- Validación con usuarios finales
- Feedback wall
- Retrospectiva

UNIDAD 6

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

UNIDAD DICTADA POR UDD

Objetivo

Aprender a comunicar los resultados de investigación de acuerdo a los objetivos del proyecto y los stakeholders que se requiera informar e influenciar en la toma de decisión.

6.1 Presentación de resultados

Preparación de la presentación

- Objetivo
- Presentación vs. reporte o informe
- Interlocutor - target
- Conectar con diferentes audiencias
- Alcance
- Comunicación interna y externa de los resultados
- Artefactos
- Entregables tipo
- Informe final
- Brief - iniciativas para llevar a cabo la implementación
- Carta GANTT
- Protocolos de atención
- Nuevos flujos de procesos
- Prototipos de alto nivel
- Indicadores de medición y seguimiento (KPI's)
- Personas, Customer journey, Service Blueprint.

6.2 Visualización de datos: storytelling con data

La visualización de datos permite

- Tomar decisiones
- Influir en la toma de decisión

- Comunicar resultados
- Situar los hechos en el tiempo
- Cuestionar los hechos / datos
- Contar una narrativa
- Describir un proceso
- Empoderar los usuarios
- Cambiar comportamiento
- En la práctica: Tipos de visualizaciones de datos según lo que queremos mostrar
- Patrones
- Cambios en el tiempo
- Comparaciones
- Correlación
- Distribución
- Relaciones
- Consecuencias de malas visualizaciones: Errores de decisión, entendimiento, confusión, inducir/crear sesgos
- Casos comunes
- Problemáticas comunes
- Herramientas para “no data scientist”
- Herramientas avanzadas
- Dashboards
- Informes vs. presentaciones
- Errores comunes (ejemplos)

UNIDAD 7

INSTALACIÓN DE CAPACIDADES

Objetivo

Adquirir capacidades que permitan llevar a cabo proyectos de diseño basado en datos en un entorno interdisciplinario y evolutivo.

7.1 Las habilidades, capacidades y comunidades de interacción, o cómo hacer que las cosas cambien

Nuevos roles y perfiles

- Service Designer, Product Designer, UX Researcher, Data Scientist, Behavioral Economist, Growth Hacker, Facilitador, Emprendedores e Intraemprendedores.
- El rol del ecosistema - Innovación abierta
- Gestión de equipos interdisciplinarios
- Nuevas estructuras organizacionales
- Emprendimiento e intraemprendimiento
- Gestión del cambio

- Cultura de la experimentación
- Nuevos modelos de trabajo
- Nuevos tipos de relaciones laborales
- Nuevas modalidades
- Capacidades para gestionar proyectos de diseño
- Skills técnicos y habilidades blandas
- Trabajo colaborativo
- Dar y recibir feedback

7.2 Los contextos del diseño, distintas realidades

Contextos

- Servicios públicos
- Mundo corporativo
- Startups
- Empresas pequeñas
- Profesionales independientes
- B2B vs. B2C
- Mentalidad de diseño
- Design thinking, una lógica más allá del uso de una metodología
- Curiosidad + investigación como hábito más allá de un proyecto de diseño de datos.
- Casos/Buenas prácticas

7.3 Interdisciplina para generalistas especializados

Comportamiento de las personas

- Psicología
- Branding
- Diseño de experiencia
- Economía del comportamiento (Behavioral Economics)
- Factores humanos

7.4 La comunidad y la adaptación a la transformación constante, para proyectos de diseño

El rol de la comunidad como articulador del conocimiento

- La lógica de la comunidad
- Las interacciones, la experiencia y la comunicación
- Tipos de comunidades
- La organización y los proyectos vistos como comunidades
- Espirales del conocimiento práctico y colaborativo
- El valor del conocimiento aplicado colaborativo para desarrollar/fortalecer capacidades de adaptación
- Proyectos de innovación abierta, Hackatones, Startup Weekend.

METODOLOGÍA

El programa se desarrollará con una metodología de aprendizaje experiencial. Así los estudiantes podrán adquirir tanto conocimientos, como habilidades y actitudes.

Combinaremos sesiones online en vivo de clases lectivas y ejercitación práctica dictadas por el equipo docente del programa con estudios de caso presentados por profesionales expertos y bibliografía escrita y audiovisual para que el alumnado pueda trabajar de forma autónoma.

Se formarán equipos de máximo 5 personas, los cuales desarrollarán un proyecto aplicado a lo largo del diplomado que será evaluado como examen final del programa. Adicional a lo anterior, los alumnos podrán construir su propio portafolio mediante los encargos desarrollados en las diferentes asignaturas.

REQUISITOS DE ADMISIÓN

- Poseer un entendimiento básico del proceso de diseño con experiencia mínima en ideación, desarrollo y/o ejecución de interacciones digitales con usuarios.
- Poseer un nivel mínimo de experiencia en el uso de tecnologías de la información para el trabajo remoto y online.



EQUIPO DOCENTE



CARMEN GERA

Docente responsable del programa

Emprendedora, consultora internacional, investigadora y docente. Fundadora de FREED. Candidata a PhD en Interacción Humano - Computador, Pontificia Universidad Católica de Chile. Magíster en Diseño Avanzado (MADA). Bachelor of Business Administration y Certificado en gestión del desarrollo turístico, Université Laval, Canadá.



DIEGO LABARCA

Profesor del Diplomado Diseño de Servicios. Psicólogo UDP, director de Proyectos de Diseño de experiencia de servicio en Procorp. Ha dirigido procesos consultivos en Diseño de Servicios con empresas como Entel, VTR, Ripley, Carozzi, Mutual de Seguridad, Gasco, Bolsa de Comercio de Santiago, Cocha, entre otros. Entre sus encargos profesionales se encuentra el rediseño de la experiencia de servicio Inacap, ganador del premio al mejor proyecto de Diseño de Servicios de la Sexta Bienal de Diseño 2017 + Chile Diseño.



JUAN PABLO MORAGA

Master en Business Intelligence, Licenciado en Matemáticas y Diplomado en Inteligencia de Negocios, con más de 15 años de experiencia en la conceptualización, desarrollo e implementación de proyectos de business intelligence. Experto en el manejo de herramientas de data mining (R/Python) y data management (SQL), así como en el manejo de gestión del cambio en el uso de efectivo de las herramientas diseñadas en la generación de información útil para la toma de decisiones e incremento de valor en los procesos de las empresas. Destacada experiencia en gestión estratégica de sistemas de BI, sistema de soporte de decisiones, business analytics y gestión de proyectos BI, implementación de data warehouse, CRM y desarrollo de modelos estadísticos. Pensamiento analítico, proactivo, creativo, versátil y excelente comunicador.



RICARDO GONZÁLEZ MILLÁN

Managing Partner en Puente Design. Publicista de la Universidad del Pacífico y MBA de la Universidad del Desarrollo. Ricardo cuenta con más de 12 años de experiencia en gestión y ejecución de proyectos digitales y de innovación. Docente empresas y Director Académico en FEN UNEGOCIOS de la Universidad de Chile en Diplomados de Innovación y Transformación Digital. Docente pre y postgrados en Universidad de los Andes. Ricardo ha trabajado y capacitado a cientos de colaboradores y ejecutivos de empresas como Santander, Cencosud, AES Gener, Ripley, Walmart, Telefónica I+D, Axity Chile, WOM, Bice y Apex América en Chile y LATAM. Desde el 2016, ha corrido procesos de Design Sprint junto a equipos y empresas en Latinoamérica.



LORENA TORRES

Ingeniero civil industrial UC, Diploma en dirección de Servicios UAI, cursando Magíster en Diseño Avanzado UC. Docente Escuela de Diseño UDD. Consultora Líder de Diseño en Laboratorio de Gobierno, institución orientada a potenciar la innovación en los servicios del Estado, con foco en las personas. Ha participado liderando iniciativas en proyectos para instituciones como Tesorería General de la República, SENCE, SENAMA y MINVU entre otras. Además, trabajó como consultor de Procorp por más de tres años, participando en proyectos como VTR, Inacap y Bolsa de Comercio de Santiago.



MATIAS FERRARI

Comunicador Multimedia con mención en dirección de proyectos Universidad del Pacífico, Master in Fine Arts in Visual Communications Design Purdue University, Magíster© en Data Science Universidad del Desarrollo y Facilitador de la Metodología de Diseño Compass® The Index Project. Jefe de Análisis y Procesos, y docente pregrado y postgrado en la Facultad de Diseño de la Universidad del Desarrollo.



MARISA COZAK

Directora Ejecutiva en DEC Chile, una Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente, comprometida con el desarrollo e implementación de las mejores prácticas y la búsqueda de la excelencia en la Experiencia de Cliente.

REQUISITOS DE APROBACIÓN

Asistencia **mínima del 80%** de cada unidad.
Nota final **sobre 4.0** en cada unidad.

INFORMACIÓN GENERAL

CLASES

- Inicio: Martes 12 de julio de 2022.
- Término: Sábado 07 de Enero de 2023.
- Horario: Martes y jueves de 18:30 a 21:00 hrs.
Sábado de 10:00 hrs a 13:30 hrs. (Hora Chile).

DESCUENTOS

- 25% Alumni UDD Pregrado y Postgrado.
- 20% Club de Innovación y AdD.
- 15% Chile Diseño y Caja Los Andes.

MODALIDAD

Híbrida: Clases Online

VALOR

Matrícula: **\$150.000 CLP**
Arancel: **\$1.600.000 CLP**

CONTACTO

postgradodiseno@udd.cl · +56 9 4812 9715