

Programa Detallado Curso Virtual

Diseño de experiencias: Estrategia, gestión de la innovación y transformación digital.

Módulo 1: Nuevo paradigma de la transformación digital

Cambio de paradigma. Innovación y Complejidad. Dominio de la información. Informacionalismo. Cultura de la convergencia y conectividad. Mutación tecnológica e infocomunicacional. Economía del diseño.

Módulo 2: Metodologías participativas

Conformación del equipo de trabajo. Definición del problema. Ideación. Pensamiento visual: métodos de Design Thinking. Creación de prototipos y testeos. Teoría informacional de la acción.

Módulo 3: Diseño Estratégico

Noción de pensamiento estratégico y su aplicación en las organizaciones. Definiciones de estrategia de Posicionamiento y de diferenciación. Definiciones de audiencias, usuarios y prosumidores y de estrategia de comunicación. Planes operativos para llevar a cabo un plan de acción estratégico. Diseño y gestión del servicio. Modelos de negocios.

Módulo 4: Gestión y prácticas de la innovación

Ideas, resultados y valor. Gestión. Interfaces de la innovación. Interacción y prácticas colaborativas. Creatividad. Diseño de información y visualización de procesos. Ciclos de vida de la innovación. Análisis crítico de casos.

Módulo 5: Sistemas de identidad

Concepto de branding de marca. La planificación estratégica de la imagen institucional y corporativa. Metodologías de análisis, de administración estratégica, de implementación operativa y de evaluación de la imagen global. Análisis crítico de casos.

Módulo 6: Desarrollo y gestión de experiencias

Diseño de experiencia. Elementos y Tipos de experiencias. Transmedialidad, hipermediaciones, convergencia cultural y plataformas mediáticas. Particularidades de los sectores público y privado. Discurso de identidad y construcción de imagen pública. Diferencias entre los sistemas de identidad para instituciones, empresas y organismos del tercer sector. Análisis crítico de casos.