



LCI
Barcelona

MÁSTER EN
DISEÑO DE



SERVICIOS E
INNOVACIÓN

MÁSTER EN DISEÑO DE SERVICIOS E INNOVACIÓN



ALESSANDRA GRAZIANI DIRECTORA DEL MÁSTER

En los últimos diez años, la digitalización ha cambiado profundamente la experiencia de compra y la relación entre clientes y marcas. Es la era del cliente digital (el *prosumidor*): informado, proactivo y exigente, que elige sus productos ya no solo en base a su calidad intrínseca (funcionalidad, estética, durabilidad, precio) sino también por toda la experiencia que vive antes, durante y después de haberlos adquirido (*customer journey*).

Con la aplicación para móvil de Zara es posible reconocer y localizar las prendas a través de una búsqueda por imágenes, sin necesidad de ir a ninguna tienda. En Leroy Merlín se puede previsualizar la cocina ideal con unos cascos de realidad virtual. Ikea Place, un sistema de realidad aumentada, permite montar de forma fácil y rápida los muebles sin descifrar complicados manuales.

En este contexto, es necesario que las empresas y los profesionales investiguen y analicen en profundidad las necesidades de sus clientes para desarrollar productos, servicios y experiencias que respondan a sus expectativas (*servitization*). La metodología del diseño de servicios (*service design*) y su necesaria conexión o correlación con la innovación en la gestión de la empresa constituyen una respuesta segura para alcanzar los objetivos en el contexto actual.

El diseño de servicios, que fundamenta sus bases en el diseño centrado en las personas (*user centered design*), integra el estudio y la definición de la experiencia de usuario, los modelos de organización que la hacen posible y los modelos de negocio que la sustentan. La innovación de empresa tiene que ver con todos los procesos que permiten implementar mejoras en una o más áreas de la organización a la vez.

Consultora en innovación, diseñadora de servicios y *visual communication manager*. Tras llevar a cabo sus estudios de arquitectura entre Italia, España, Francia y Sudamérica continuó su formación en Barcelona con un Posgrado en Sostenibilidad y Arquitectura y un Máster en Internet Business. Comenzó su carrera profesional en el sector del diseño, coordinando proyectos de arquitectura e interiorismo para después adentrarse en el sector digital como *product owner*, *program manager* y *digital project manager*.

Actualmente trabaja en Connecting Brains, una consultoría especializada en innovación centrada en las personas (*user centered innovation*) que facilita procesos de cambio (*servitization*, transformación digital, cambio organizacional y redefinición de estrategia) en empresas y organizaciones de distintos ámbitos y sectores (diseño, moda, *retail*, construcción, transporte, salud, turismo y finanzas) a través de la aplicación del *design thinking*, la cocreación y el *visual thinking*.

PROGRAMA DE ESTUDIOS

MÓDULO I (6 ECTS)

DISRUPCIÓN TECNOLÓGICA Y AUGE DE LA ECONOMÍA DE SERVICIOS

ASIGNATURAS

El poder de clientes y usuarios (prosumer)
El diseño de servicios para la creación de
propuestas de valor exitosas

OBJETIVOS

- En este primer módulo, el estudiante conocerá el contexto de la sociedad en la era digital, analizando sus principales aspectos, sus dialécticas y las tendencias de futuro. Profundizará en los impactos de la disrupción tecnológica en los estilos de vida, los hábitos de consumo y en la relación entre empresa y cliente/usuario, entendiendo por qué el ritmo de crecimiento de la economía de servicios se está acelerando; aprenderá a analizar las características del actual perfil de cliente y cómo, con la transformación digital, su papel se ha vuelto determinante para la definición de las estrategias de innovación de las empresas y el diseño de nuevos productos y servicios.

MÓDULO II (12 ECTS)

METODOLOGÍAS PARA EL DISEÑO DE SERVICIOS CENTRADO EN EL USUARIO

ASIGNATURAS

Investigar, empatizar y definir el perfil de cliente
Idear y validar propuestas mediante procesos iterativos

OBJETIVOS

- En este módulo, el estudiante aprenderá cómo trabajar, desde un enfoque de diseño centrado en el usuario, en todas las fases de desarrollo de un proyecto de servicios: la investigación inicial, la definición del reto, la ideación de soluciones, el prototipo, el testeo y la implementación. Practicará con técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas para empatizar con los usuarios, explorará de distintas maneras de generar, clasificar y sintetizar sus ideas y construirá diferentes tipologías de prototipos para testearlas y validarlas de forma iterativa antes de pasar a su implementación.

MÓDULO III (8 ECTS)

INNOVATION RELATIONSHIP: ESTRATEGIAS PARA CONEC- TAR EN PROFUNDIDAD CON EL CLIENTE

ASIGNATURAS

Meaningful marketing
Diseño omnicanal de la experiencia de usuario

OBJETIVOS

- Los clientes y usuarios se han vuelto cada vez más exigentes respecto a la calidad de las experiencias que tienen con una marca. Para hacer frente a estas expectativas e imponerse en el mercado con una propuesta de valor ganadora, la estrategia a seguir va más allá del diseño de cada experiencia de forma individual y tiene que abarcar toda la relación entre empresa y usuario desde una visión de conjunto y de largo plazo. Para ello, en este módulo el estudiante aprenderá cómo crear marcas que conecten de forma estrecha con los usuarios, creando vínculos sólidos y duraderos. Por otro lado, descubrirá cómo tejer la relación con los clientes a lo largo del tiempo, manteniendo consistencia y coherencia entre todas las experiencias que la conforman y diseñando para cada una el intercambio de valor adecuado al que aspira.

MÓDULO IV (13 ECTS)

MODELOS DE ORGANIZACIÓN PARA COMPETIR EN UN CONTEXTO DE CAMBIO CONTINUO

ASIGNATURAS

Gestión del cambio y la innovación a través del diseño de servicios
Liderazgo de equipos multidisciplinares de alto rendimiento (*high performance teams*)
Generación de modelos de negocio para un crecimiento exponencial

OBJETIVOS

- En este módulo, el alumno aprenderá cómo el diseño de servicios puede ser el vehículo de la innovación en la empresa y permitir a las organizaciones adaptarse a las nuevas necesidades de los consumidores. Estudiará modelos de organización basados en el aprendizaje (*learning organization*) que se apoyan en

estructuras cuyo control es distribuido y descentralizado, que utilizan modelos de gestión ágiles e iterativos (*agile management*) y fomentan la colaboración y el trabajo multidisciplinar. Por otro lado, el estudiante explorará modelos de negocio basados en las posibilidades ofrecidas por la digitalización y la tecnología de la información, que están permitiendo a muchas empresas un crecimiento exponencial a ritmos acelerados, llegando a redefinir industrias y sectores enteros.

MÓDULO V (8 ECTS)

OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES E INMATERIALES

ASIGNATURAS

Rentabilidad, economía circular e innovación social
Métricas de negocio y mediciones de impactos sociales y medioambientales

OBJETIVOS

- El desarrollo sostenible es uno de los pilares de las políticas de los actuales gobiernos. Las implicaciones que las reglamentaciones en términos de ahorro energético, gestión de recursos y gestión de los impactos ambientales tendrán en las estrategias de las empresas serán cada vez mayores. En este módulo, se aprenderá como el diseño de servicios ofrece relevantes oportunidades para la optimización de los recursos y cómo esta, abordada desde una perspectiva sistémica y una visión a largo plazo, no solo reduce los impactos ambientales sino que puede aumentar la rentabilidad y generar un retorno elevado de la inversión. El alumno aprenderá a utilizar y practicar la innovación abierta (*open innovation*) como herramienta para poner en común recursos materiales, intelectuales y de conocimientos entre diferentes organizaciones, creando sinergias para impulsar la innovación y el volumen de negocio.

TRABAJO FINAL DE MÁSTER (13 ECTS)

FICHA TÉCNICA



TITULACIÓN: Máster en Diseño de Servicios e Innovación



CRÉDITOS: 60 ECTS



DURACIÓN: 1 año académico



CONVOCATORIA: Octubre



IDIOMA: Español



MODALIDAD: Presencial



SALIDAS PROFESIONALES

- *Service designer*
- *Industrial and fashion design lead*
- *Interaction design strategist*
- *User and customer experience officer*
- *Omnichannel communication designer*
- *Space design strategist*
- *Product and service owner*
- *Product and service project manager*
- *Innovation and service innovation manager and consultant*
- *Chief collaboration officer*
- *Service business designer and developer*



C/ Balmes, 209. Barcelona
www.lciibarcelona.com
93 237 27 40



LCI EDUCATION
NETWORK
MEMBER