



OBJETIVO

La Maestría en Diseño Estratégico e Innovación tiene como objetivo formar profesionales capaces de generar soluciones integrales, modelos de negocio o servicios innovadores centrados en las personas con base en un pensamiento integrador, procesos y metodologías de diseño, así como una visión interdisciplinaria y prospectiva de responsabilidad social.

PERFIL DE INGRESO

Debido al carácter multidisciplinario de la maestría, recibimos alumnos provenientes de diferentes disciplinas (Administración, Comunicación, Mercadotecnia, Arquitectura, Ingeniería, Diseño, Psicología ...) personas interesadas en aplicar para su vida profesional el diseño estratégico, la innovación o el diseño centrado en el usuario.



AREAS DE ESTUDIO

- Innovación
- Creatividad
- Diseño centrado al usuario
- Diseño de experiencias
- Diseño de servicios
- Diseño de impacto social
- Proceso de ideación
- Prototipado
- Design Thinking
- Lean Start-Up
- Diseño emocional
- Planeación estratégica
- Nuevos negocios
- Estrategia de marca

ENFOQUES

La maestría en Diseño Estratégico e Innovación esta enfocada a tres aspectos fundamentales:

- El emprendimiento y la creación de Start - Ups con base en un análisis de tendencias y la identificación de brechas de oportunidad.
- La innovación, utilizando procesos de co-creación, estudiando la oferta de valor de productos, servicios o experiencias, visualizando nuevos escenarios, etc.
- La investigación etnográfica, ya que proveemos a los estudiantes de herramientas que les permitan reconocer, interpretar, analizar, y entender a las distintas audiencias involucradas en procesos de innovación.

REQUISITOS DE ADMISIÓN

Para ser admitido en el programa se requiere lo siguiente:

- **Curriculum Vitae actualizado.** Es necesario comprobar al menos 2 años de experiencia profesional.
 - **Certificado de Estudios (Materias y calificaciones).** Promedio mínimo de 8.0 en licenciatura.
 - **Copia del título de licenciatura**
 - **Dos cartas de recomendación** (una de carácter académico y otra índole laboral).
 - **Carta del postulante** exponiendo los motivos por los cuales desea entrar al programa (una a dos cuartillas), especificando:
 - Intereses personales, laborales o académicos.
 - Experiencia profesional (y el impacto profesional esperado con los estudios).
 - Objetivos particulares que se pretenden alcanzar al realizar los estudios de posgrado.
 - Beneficios que se esperan obtener del posgrado en el caso de ser aceptado.
 - **Entrevista con el coordinador**
 - **Presentar el examen general de ingreso al posgrado EXANI III.** Para inscribirse al EXANI III enviar un correo a Luz Moreno proporcionando:
 - Nombre completo
 - Nombre del programa al que desean ingresar
 - Escuela de procedencia
 - Número telefónico
- Datos de contacto:** luz.moreno@ibero.mx

YouTube

Youtube

Video de posgrados y actividades disponibles en el sitio oficial de la IBERO, suscríbete aquí:
www.youtube.com/iberomx



Twitter

Ven y twittea con nosotros:

www.twitter.com/IBERO_MX

@IBERO_MX

@IberoMdiseno



Facebook

Puedes mantener contacto con nosotros y la comunidad IBERO:

www.facebook.com/Ibero_MX

www.facebook.com/IberoMdisene

CONTACTO

Para mayores informes puedes dirigirte a:

● Atención a aspirantes de posgrado:

+ 52 (1) 5950 - 4000

ext: 4530 ext: 7534

atencion.posgrado@ibero.mx

● Coordinación de la Maestría en Diseño Estratégico e Innovación:

Coordinadora:

Dra. Maria Eugenia Rojas Morales
maru.rojas@ibero.mx

Secretaria del programa:

Ibeth Cano

+ 52 (1) 5950 - 4000

ext: 4842

BECAS

Si estás interesado en obtener una beca o financiamiento educativo, podrás obtener toda la información consultando el siguiente link:

<http://www.ibero.mx/alumnos-posgrados-becas-y-financiamiento-becas-para-aspirantes>

PRIMER SEMESTRE

Diseño Estratégico e Innovación 1

Identificar al diseño con relación a otras disciplinas en el desarrollo de estrategias empresariales. Describir y explicar los conceptos de estrategia, diseño e innovación. Reconocer las técnicas básicas de investigación, entendimiento y análisis que permiten reconocer al usuario y detectar áreas de oportunidad.

Administración General

Explicar la interrelación y principios de los distintos elementos, funciones y subsistemas de la administración estratégica bajo un enfoque integral, sistémico y de contingencias. Justificar la estrategia de negocios en las tendencias más influyentes del contexto global, nacional y local.

Prospectiva y Análisis de Tendencias para el Diseño

Identificar los elementos propios de la elaboración de escenarios futuros y la prospectiva estratégica. Identificar los signos de las tendencias y de los estilos de vida, su importancia para la proyección de escenarios. Generar soluciones de diseño estratégico, desarrollo de servicios o productos de manera prospectiva mediante el uso de escenarios.

Métodos de investigación para Diseño Estratégico

Describir y aplicar la relación entre la investigación social y el diseño estratégico utilizando métodos de investigación. Valorar el potencial de la investigación cualitativa en función a la interpretación de resultados para el diseño de nuevas estrategias y enfoques de diseño.

SEGUNDO SEMESTRE

Diseño Estratégico e Innovación 2

Comprender las etapas de análisis e ideación del diseño. Utilizar métodos y herramientas centradas en el usuario para alcanzar soluciones innovadoras de productos, servicios o procesos de la empresa. Desarrollar prototipos rápidos y modelos de evaluación de las posibles soluciones de problemáticas.

Gestión de Proyectos de Diseño Estratégico

Identificar y definir los elementos u objetivos que influyen en la planeación de un proyecto de diseño estratégico, así como valorar las restricciones del mismo en cuanto a: alcance, tiempos, calidad y recursos. Generar proyectos de diseño estratégico e innovación con base en análisis del contexto, el mercado, entre otros.

Cultura Simbólica y Diseño

Aplicar teorías de estudios culturales para el análisis de la manera de producir diseño. Describir el fundamento de los objetos de diseño como productos simbólicos dentro del campo cultural. Describir al usuario diferenciando los conceptos del imaginario colectivo e imaginario personal.

Análisis del entorno

Distinguir la problemática del entorno en el diseño de estrategias, interrelacionando el contexto nacional e internacional. Reconociendo los cambios generados por el proceso de globalización en el contexto internacional y nacional, correlacionando los ámbitos económico, político, social y cultural.

TERCER SEMESTRE

Diseño Estratégico e Innovación 3

Reconocer los elementos básicos de una estrategia empresarial. Contrastar el impacto de la globalización en la generación de estrategias centradas en el usuario. Describir los conceptos de la gestión de diseño dentro del contexto de innovación empresarial. Proyectar modelos de negocio de acuerdo al tipo de producto o servicio propuesto.

Planeación Estratégica

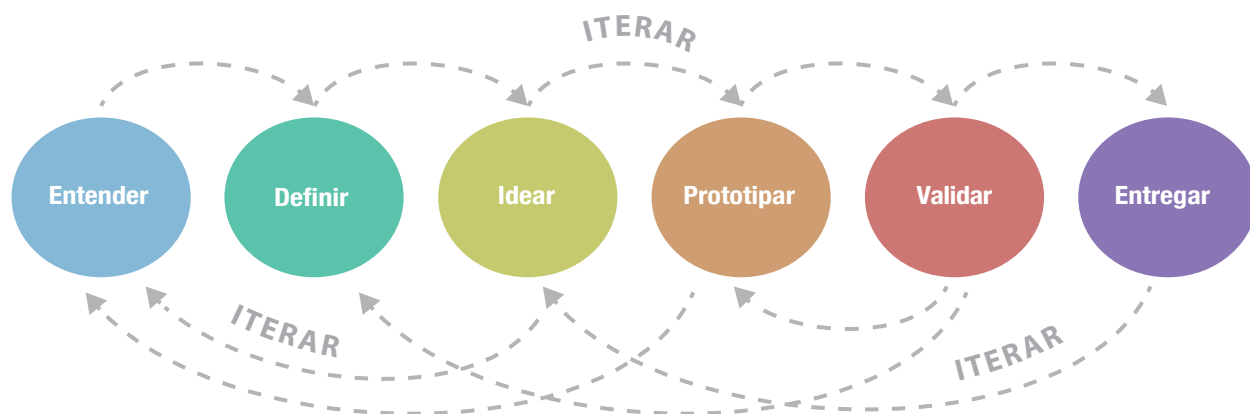
Explicar la importancia de la planeación estratégica como uno de los mecanismos del proceso administrativo. Explicar los elementos que conforman la planeación estratégica y su influencia en la práctica de los negocios. Utilizar diferentes modelos de planeación en el diseño de la estrategia de la empresa.

Diseño y Consumo

Definir el consumo global y nacional tomando en cuenta sus implicaciones económicas, sociales y culturales. Valorar las implicaciones éticas y de producción del diseño estratégico como productor de objetos de consumo. Reconocer al consumo como un proceso de significación y comunicación.

Proyecto de titulación Diseño Estratégico 1

Aplicar herramientas teórico-metodológicas de investigación en su proyecto de diseño estratégico. Evaluar la información recolectada para identificar patrones y detonadores (insights) que permitan determinar brechas de oportunidad o áreas de investigación. Generar un protocolo de proyecto de diseño estratégico.



DESIGN THINKING

CUARTO SEMESTRE

Optativa 1

Optativa 2

Optativa 3

Proyecto de titulación Diseño Estratégico 2

Generar diferentes estrategias de innovación viables para una organización, producto o servicio. Desarrollar proyectos innovadores con base en los resultados de una investigación.

Expresar el proceso y los resultados del proyecto utilizando medios audiovisuales y escritos.



PROGRAMA DE LA MAESTRÍA

1er. Semestre	2do. Semestre	3.er. Semestre	4to. Semestre
Diseño Estratégico e Innovación 1	Diseño Estratégico e Innovación 2	Diseño Estratégico e Innovación 3	Optativa 1
Administración General	Gestión de Proyectos de Diseño Estratégico	Planeación Estratégica:	Optativa 2
Prospectiva y Análisis de Tendencias para el Diseño	Cultura Simbólica y Diseño	Diseño y Consumo	Optativa 3
Métodos de investigación para Diseño Estratégico	Análisis del Entorno	Proyecto de titulación Diseño Estratégico 1	Proyecto de titulación Diseño Estratégico 2

Conducta del Consumidor

Analizar los factores que intervienen en el proceso de decisión de compra. Relacionar la conducta del consumidor con las características de los productos y servicios para promover la compra y lealtad. Analizar los modelos de comportamiento mediante la mercadotecnia vivencial.

Comunicación y Cultura

Discutir el papel de la comunicación en la cultura, identificando los rasgos principales de los sistemas de valores y creencias occidentales, para reconocer la potencialidad de los medios en la difusión y propagación de manifestaciones culturales.

Planeación de Medios

Diseñar e integrar estrategias de comunicación para la multitud de medios y puntos de manera holística y experiencial. Usar herramientas para la planeación, optimización y medición de mensajes en medios tradicionales y no tradicionales.

Gestión Estratégica de la Comunicación

Planear la comunicación con base en la comprensión de la cultura organizacional y el desarrollo de estrategias. Explicar la comunicación organizacional como una práctica con características propias en la que se ubica de manera natural la gestión estratégica de la comunicación.

Entretenimiento, Comunicación y Sociedad

Distinguir las características principales de las industrias culturales y creativas en las sociedades contemporáneas. Discutir las tendencias e implicaciones del consumo mediático y cultural en distintas industrias del entretenimiento.

Diseño de Servicios y Experiencias

Identificar el impacto de un producto, servicio o evento en la experiencia de las personas. Describir las dimensiones de un servicio o experiencia. Evaluar los factores que inciden en la generación de experiencias y servicios.

Mercadotecnia.

Analizar los conceptos de posicionamiento, participación y ventaja competitiva en el mercado. Explicar las variables de segmentación de un mercado, la evolución de la demanda y la posición competitiva. Planear estrategias de mercadotecnia, considerando los elementos pertinentes para aprovechar las nuevas tendencias y su normalización global.

Temas selectos de Diseño Estratégico

Sustentar de manera clara un proyecto de diseño estratégico. Revisar proyecto a partir de una perspectiva interdisciplinaria. Discriminar opciones para la toma de decisiones relativas a su proyecto de diseño estratégico, considerando los aspectos éticos y sociales.

Comunicación y Cambio Social

Señalar la relación intrínseca entre la comunicación y el cambio social con el derecho a la información y los derechos humanos, analizando las diversas discusiones, alternativas y herramientas para el cambio social.

Estrategia de Marca

Explicar los elementos que integran la marca y el proceso de creación de la misma. Distinguir los elementos de comunicación sobre los cuáles se persuade y se construye la imagen de marca.

Nuevos Negocios

Evaluar la capacidad de emprender un nuevo negocio, de acuerdo con las habilidades y características de las personas. Planear estratégicamente el modelo de negocio. Analizar la información relativa al plan de negocios, enfatizando las áreas de oportunidad y ventajas competitivas.

Soy el cambio
#SOY IBERO

SER Y HACER MEJOR

