

Programa: Propuesta de valor



PROGRAMA DEL CURSO

- ≡ **Objetivos**
- ≡ **Competencias**
- ≡ **Bibliografía**
- ≡ **Criterios de participación y aprobación**

TEMARIO

- ≡ **Módulo 1. La propuesta de valor: Encaje problema - solución**
- ≡ **Módulo 2. El segmento de clientes**
- ≡ **Módulo 3. Desarrollo de clientes**
- ≡ **Módulo 4. Empatizando con el cliente**

Objetivos

El planteo de objetivos permite que tenga una idea acabada de lo que se pretende que alcance al finalizar el proceso de enseñanza y aprendizaje de este curso. Pero el propósito es más fuerte aún: indicamos lo que debe lograr para que estos conocimientos aporten a los objetivos de su formación.

Para alcanzar estos objetivos, debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso que se le presenta.

Entonces, si trabaja de la manera indicada, estará en condiciones de alcanzar los siguientes objetivos:

Objetivo general

Conocer el concepto de Propuesta de Valor centrada en los clientes y el método Lean Startup.

Objetivos específicos

- 1 Conocer el concepto de Propuesta de Valor centrada en los clientes y el método Lean Startup.
- 2 Entender la metodología de observar al segmento de cliente e imaginar un día en la vida del cliente.
- 3 Entender el funcionamiento del método de desarrollo de clientes.
- 4 Conocer el método Lean Startup.

CONTINUAR

Competencias

Las competencias que esperamos usted desarrolle con el recorrido de este curso son:

Competencias genéricas

- 1** **Trabajo en equipo y colaborativo:** capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr los objetivos compartidos y la sinergia de un grupo de alta performance.
- 2** **Capacidad de análisis/reflexión:** capacidad de examinar metódicamente los distintos aspectos de una realidad o situación y asumir una valoración frente a ellos.
- 3** **Creatividad/ soluciones innovadoras basadas en el conocimiento:** capacidad para dar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en el conocimiento formal.

Competencia específica

Capacidad para comprender el concepto de Propuesta de Valor, como el encaje entre el problema y la solución, en el marco del método Lean Startup y el cliente como punto central.

CONTINUAR

Bibliografía

Módulo 1

Megías, J. (2013). Value Proposition Canvas, el lienzo de la proposición de valor. Recuperado de <http://javiermegias.com/blog/2013/01/value-proposition-canvas-lienzo-proposicion-valor-modelos-de-negocio/>

Osterwalder, A., y Pigneur, Y. (2011). Lienzo. En Autores, *Generación de modelos de negocios* (pp. 10-51). Barcelona, ES: Deusto.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., y Smith, A. (2015). *Diseñando la propuesta de valor*. Barcelona, ES: Deusto.

Módulo 2

Hasso Plattner. (s. f.). *Mini guía: una introducción al design thinking*. Recuperado de <https://dschool-old.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/31fbd/attachments/027aa/GU%C3%8DA%20DEL%20PROCESO%20CREATIVO.pdf?sessionID=dc4f1cfe3ea257fde86db041b1ef39516c560bdc>

[Imagen sin título sobre mapa mental]. (s. f.). Recuperado de <http://www.mindmapart.com/time-management-mind-map-paul-foreman/>

Morgan, C. A. (s. f.). Customer Journey Mapping (CJM) [Entrada de blog]. Recuperado de <https://www.b2binternational.com/publications/customer-journey-mapping/>

ToBeinn. (s. f.). Design Thinking provides the tools and techniques needed for creative problem resolution. Recuperado de <http://tobeinn.net/blog/design-thinking-provides-the-tools-and-techniques-needed-for-creative-problem-resolution/>

Módulo 3

Blank, S., y Dorf, B. (2013). *El manual del emprendedor: La guía paso a paso para crear una gran empresa*. Barcelona, ES: Centro Libros PAPER.

Blank, S. (2013a). *Startupweekend conducting customer discovery Interviews* [Video de Youtube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=V3syNbgSkwE&t=49s>

[Imagen sin título sobre el ciclo de mejora continua]. (s. f.). Recuperado de <http://micursor.com/mejora-continua-en-las-empresas.html>

Martin, M. (2015). *¿Para qué sirven los arquetipos de usuarios?* Recuperado de <https://www.ida.cl/blog/estrategia-digital/arquetipos-usuarios/>

Módulo 4

Ries, E. (2013). *El método lean startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*. Barcelona, ES: Deusto.

CONTINUAR

Criterios de participación y aprobación

Criterios de participación

Durante el mes de cursado, se espera que el alumno:

- Recorra los contenidos multimediales de cada uno de los módulos que integran el curso.
- Resuelva las autoevaluaciones asignadas en cada módulo.
- Realice las actividades propuestas, sean grupales o individuales.
- Realice el examen final.

Criterios de aprobación

Para la aprobación del curso se requiere que el alumno realice las (4) actividades propuestas en el curso y apruebe el examen final.

El alumno deberá obtener un puntaje final del 70% o más. Esta nota resultará del promedio entre las actividades y el examen final.

CONTINUAR

Módulo 1. La propuesta de valor: Encaje problema – solución

Unidad 1.1 Definiendo el primer segmento de clientes

Unidad 1.2 La propuesta de valor

CONTINUAR

Módulo 2. El segmento de clientes

Unidad 2.1 Observar a tu segmento de clientes. Introducción al *design thinking*

Unidad 2.2 Imaginar un día en la vida del cliente

CONTINUAR

Módulo 3. Desarrollo de clientes

Unidad 3.1 Método desarrollo de clientes: salir a la calle en busca de hechos

Unidad 3.2 Concepto de arquetipo de cliente y mapa de empatía

CONTINUAR

Módulo 4. Empatizando con el cliente

Unidad 4.1 Método *Lean Startup*: eliminar lo que no genera valor

Unidad 4.2 Integración de las metodologías

CONTINUAR