



utdt.edu/educacionejecutiva

LABORATORIO DE CREATIVIDAD

DESARROLLO DEL POTENCIAL DE INNOVAR Y EMPRENDER

DIRECCIÓN ACADÉMICA: HERNÁN KIGEL Y FABIÁN JALIFE



**PROGRAMA
ABIERTO**

**DURACIÓN
1 MES Y MEDIO**

**CURSADA
LUNES Y MIÉRCOLES
DE 19 A 22H**

El cambio cambió. Era incremental y progresivo, se hizo disruptivo y exponencial. De la noche a la mañana nuevas propuestas de valor reconfiguran las reglas del juego.

Enfocar nuestra imaginación, empatizar con los otros y con nosotros mismos, desarrollar flexibilidad, ganar agilidad, apalancarnos en el aprendizaje, deslizarnos con fluidez, experimentar, asumir riesgos, iterar tempranamente y optimizar en versiones beta, es una formulación de época.

En consecuencia, transformarnos, reinventarnos, innovar sobre lo que hacemos y también sobre nosotros mismos es un desafío que nos plantea la época a todos, hagamos lo que hagamos y estemos donde estemos.

Por eso le dimos forma a este Laboratorio de Creatividad, para poder despertar la curiosidad y la imaginación, y enfocarlas hacia la búsqueda de oportunidades que conviertan el estrés en adrenalina y los miedos defensivos en pasión de realización.

Para poder capitalizar alguna de las múltiples oportunidades de cambio que se ofrecen en un mundo VICA (volátil, incierto, complejo y ambiguo), todo empieza por el proceso personal de apertura, enfoque, diseño, experimentación y especialmente determinación sobre aquello que nos proponemos.

Este programa, dinámico y participativo, fue diseñado en congruencia con el programa de Innovación, para que cada participante pueda potenciar su proceso creativo singular, de manera de desarrollar su actitud y aptitud creativa para poder innovar. Ambos programas pueden ser cursados sin necesidad de establecer cuál hacer primero, ya que se potencian mutuamente trabajando en el plano personal y en el de negocios respectivamente.

Las herramientas y metodologías no operan por sí solas, sino por el uso que hacemos de ellas. ¡Te esperamos para salir juntos a la zona de experimentación!

Nota. Este programa se complementa con el programa Creatividad e Innovación en los Negocios. Pueden cursarse ambos sin necesidad de establecer cuál primero, ya que se potencian mutuamente trabajando en el plano personal y en el de negocios, respectivamente.

PLAN DE ESTUDIOS

MÓDULO 1 | PRINCIPIOS DE CREATIVIDAD

- › Contexto. La Cuarta Revolución Industrial y la transformación digital. Tendencias. Cultura de época.
- › Transformación y cambio.
- › El liderazgo creativo.
- › La curiosidad como actitud motora del proceso creativo. Técnicas exploratorias para “curiosear” con sentido creativo. Definición de proyectos, temas y equipos de trabajo.

MÓDULO 2 | MODELO MENTAL Y ACTITUD CREATIVA

- › Divergencia y convergencia.
- › Principios de creatividad en acción: flexibilidad, fluidez, imaginación, estimulación, originalidad.
- › Creatividad como habilidad mental a desarrollar.
- › La neurociencia de la creatividad. Modelo Scarf.
- › Creatividad como habilidad emocional a desarrollar. El deseo de crear.
- › Inteligencia emocional aplicada. Autoconocimiento. Autoconfianza. Autoestima. Automotivación. Empatía.
- › Relacionamiento creativo.
- › Temores. Barreras cognitivas y afectivas. Paradigmas limitantes. Inhibidores. La ansiedad y la frustración.
- › El duelo y la movilización. El deseo creativo.
- › Técnicas de improvisación teatral para trabajar los conceptos desde el cuerpo. Fortalecimiento de los lazos de confianza en uno mismo y el equipo con el que crearemos.

MÓDULO 3 | HABILIDADES PARA COCREAR

- › Creative Behaviors.
- › Frescura, agilidad, incubadora, *momentum*, coraje, diseño, síntesis.

MÓDULO 4 | EL PROCESO ESTRATÉGICO CREATIVO

- › Modelos conceptuales del proceso creativo. La Teoría U. Modelo Roller Coaster.
- › Enfoque de oportunidades. El pensamiento. El proceso y el *framework* estratégico.
- › El *brief* estratégico y el primer *brief* exploratorio. Técnicas divergentes para crear la estrategia de exploración.
- › Metodologías: *mind map*, mundos paralelos, mapas de usuarios.

MÓDULO 5 | ELABORACIÓN ESTRATÉGICA DE INSIGHTS

- › Empatizar con el *target* para enfocar la oportunidad.
- › Motivaciones y tensiones.
- › El *insight* como centro de resonancia de toda propuesta de valor.
- › Cómo formular un *insight*.
- › Estrategias y metodologías exploratorias.
- › Introducción al Design Thinking.
- › Mapeo de experiencia de usuarios.

MÓDULO 6 | EL BRIEF CREATIVO

- › Cómo traducir *insights* y oportunidades del *target* en líneas de acción para crear. Elaboración de un *brief* inspirador. Diseño de estímulos para enfocar la ideación.

MÓDULO 7 | EXPERIMENTACIÓN CREATIVA I: METODOLOGÍAS

- › La idea. Disparadores de la ideación. Recursos técnicos.
- › Las vistas y el punto de vista.
- › *Brainstorming*. Reverse *brainstorming*. Analogías.
- › Combinaciones arbitrarias. SCAMPER. Pensamiento lateral. *Re-evolution*. Disruption.

MÓDULO 8 | EXPERIMENTACIÓN CREATIVA II: METODOLOGÍAS COLABORATIVAS

- › Conceptualización de propósito. Referencias de compañías, marcas y personas con propósito.
- › Exploración y proyección del propósito personal.
- › Diseño de marca personal articulada al propósito.
- › Enfoque de la marca personal sobre una iniciativa (propuesta de valor) donde proyectarse.
- › Posicionamiento del proyecto. Instalación en redes.
- › World Café. Open Space. The Art of Hosting.

MÓDULO 9 | ESTRATEGIA CREATIVA: METODOLOGÍA Y TÉCNICAS

- › De la idea al concepto. Metodología para desarrollo de una propuesta de valor.
- › Desarrollo de prototipo y puesta a prueba.
- › Captura de *feedback*. Retroalimentación.

MÓDULO 10 | POSICIONAMIENTO Y BRANDING

- › Concepto de posicionamiento. Cómo construir una marca relevante y diferenciada. *Brand topic*. Punto de vista. *Brand idea*.
- › Ejercicio de diseño de marca.

MÓDULO 11 | STORYTELLING

- › Nociones básicas de *storytelling*. Estructura del relato. El camino del héroe. *Tips* de argumentación y escritura. Ejercicio de diseño de *storytelling*. Aplicación en redes.

MÓDULO 12 | PROPÓSITO, MARCA PERSONAL

- › Conceptualización de propósito. Referencias de compañías, marcas y personas con propósito.
- › Exploración y proyección del propósito personal.
- › Diseño de marca personal articulada al propósito.

METODOLOGÍA

El programa se basa en un método que consiste en abrirse y experimentar vivencias, sobre las que cocreamos el aprendizaje y decantaremos la experiencia. Técnicamente combinaremos experimentos, dinámicas grupales, juegos, estímulos de video, acting, ejercicios de investigación, resolución de briefs, presentación de casos y exposiciones docentes.

AUDIENCIA

Dirigido a quienes quieran poner a trabajar y capitalizar su potencial creativo. Especialmente a todos aquellos que estén dispuestos al cambio y con vocación de abrirse al desarrollo de una actitud, un *mindset*, habilidades, conocimiento técnico y metodología para ganar impacto y efectividad en lo que hacen.

CUERPO DE PROFESORES

Hernán Kigel. Posgrado en Economía Aplicada, UTDT. Singularity University Executive Program. Chief Learning Officer, Acámica. Profesor, UTDT. Director, MINDS Garage. | **Fabián Jalife.** Magister en Sociología de la Cultura, UNSAM. Fundador, BMC Strategic Innovation. Trabaja para compañías como Coca-Cola, Unilever, Nestlé, Bimbo, Banco de Galicia, Naranja, Arcor, Molinos, Walmart, Google, Twitter y Amazon.

El programa contará con profesores invitados.

La UTDT se reserva el derecho de modificar los módulos, sus contenidos y los profesores, garantizando la calidad de los mismos.