



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 de transformación digital. Tendencias, cultura de época.
- › Nuevas organizaciones exponenciales.
- › Perfiles y competencias más valorados.
- › Transformación y cambio.
- › El liderazgo creativo.

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.

MÓDULO 3 | HABILIDADES PARA COCREAR

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

MÓDULO 4 | EL PROCESO ESTRATÉGICO CREATIVO

- › Enfoque de oportunidades. El pensamiento, el proceso y el *framework* estratégico.
- › El *brief* estratégico y el *brief* creativo. ¿Cómo estructurarlo? ¿Cómo transmitirlo?
- › Cómo apalancarse en tendencias.

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 | EXPERIMENTACIÓN CREATIVA: METODOLOGÍAS

- › La idea. Disparadores de la ideación. Recursos técnicos.
- › Las vistas del punto y el punto de vista.
- › Mapas mentales. Reverse Brainstorming. Analogías. Combinaciones arbitrarias. SCAMPER. Pensamiento lateral. Teoría U MIT. World Café. Art of Hosting. Open Space. Re-Evolution / Disruption.

MÓDULO 7 | ESTRATEGIA CREATIVA: METODOLOGÍA Y TÉCNICAS

- › De la idea al concepto. Metodología para el desarrollo de concepto de producto.
- › *Branding*. Cómo construir una marca relevante y diferenciada. Brand Topic. Punto de vista. Brand Idea.
- › Nociones básicas de *storytelling*. *Tips* de argumentación y escritura.

MÓDULO 8 | PROPÓSITO, MARCA PERSONAL, ESTRATEGIA

- › 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.

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

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. Coordinador de Innovación para la Secretaría de Emprendedores y PYMES del Gobierno Nacional. Director, MINDS Garage. | **Fabián Jalife.** Magíster 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.