



**ECONOMICAS  
UNICEN**

## **PROGRAMA INNOVACIÓN Y DISEÑO**

### **I. IDENTIFICACIÓN**

Denominación de la materia: INNOVACIÓN Y DISEÑO  
Carrera(s) a la que pertenece: Licenciatura en Gestión Tecnológica  
Plan de Estudios al que corresponde: Cincuentenario  
Año lectivo: 2026

### **II. CARGA HORARIA**

La carga horaria de la materia es de 40 hs. El 70% de las clases se desarrollará de forma presencial, en 2 (DOS) horas semanales. El 30% restante se completará a través del aula virtual, de manera asincrónica

### **III. EQUIPO DOCENTE**

#### **DRA. MARIELA CARATTOLI**

Prof. Titular. Coordinadora  
Doctora en Ciencias Económicas.  
Master en Economía y Desarrollo Industrial  
Master en Administración de Negocios  
mariela.carattoli@econ.unicen.edu.ar

#### **MS. FEDERICO FILIP**

Prof. Adjunto  
Master en Innovación  
Ingeniero Industrial  
federico.filip@econ.unicen.edu.ar

#### **LIC. VERONICA PINHEIRO**

Ayudante Diplomado  
Diseñadora Industrial  
veronica.pinheiro@econ.unicen.edu.ar

### **IV. MARCO REFERENCIAL**

Programa aprobado por Resolución de Consejo Académico N° 027/2026, de fecha 31 de marzo de 2026. Vigente hasta el 31 de marzo de 2029, o hasta que se apruebe una nueva versión del mismo. -



**ECONOMICAS  
UNICEN**

**a. Ubicación de la Asignatura en el Plan de Estudios**

Innovación y Diseño pertenece al Ciclo Profesional de la carrera de Licenciado en Gestión Tecnológica. Se dicta en el primer cuatrimestre de tercer año.

**b. Relación de la Asignatura con otras materias**

La materia se nutre de los conocimientos propuestos por otras asignaturas previas, en particular las de Administración e Introducción a la Economía y a la vez brinda conocimientos que sirven de base y/o complementan materias que se dictan en forma simultánea o con posterioridad, como Dirección Estratégica y Modelo de Negocios, Emprendedorismo Tecnológico y Gestión del Talento, en particular en relación a la comprensión de las nociones básicas de innovación y pensamiento de diseño

**c. Contenidos mínimos**

Fundamentos de Innovación. Creatividad. Técnicas de creatividad e innovación. Proceso de diseño. Metas de diseño. Pensamiento de diseño. Diseño de interfaces. Experiencia de Usuario, Innovación Aplicada

**d. Conocimientos y habilidades mínimas del alumno**

Se espera del alumno un buen manejo de las nociones básicas de organización vistos durante el ciclo de fundamentos, así como la capacidad de vincular dichos conocimientos a la materia en curso.

Se requiere que el alumno tenga capacidad para analizar situaciones complejas y proponer soluciones innovadoras; capacidad para trabajar en equipo, buena comunicación efectiva oral y escrita, organización del tiempo y recursos para desarrollar proyectos, manejo básico de software de presentación, hojas de cálculo y plataformas colaborativas

**e. Aportes en la formación del futuro Licenciado en Gestión Tecnológica**

Innovación y Diseño se orienta a que el futuro profesional desarrolle habilidades y competencias que le permitan estar en condiciones y dispuesto para pensar diferente, proponer ideas disruptivas e integrar equipos creativos

**V. OBJETIVOS**

**a. GENERAL**

Desarrollar competencias para diseñar, prototipar y validar soluciones en contextos reales integrando herramientas de creatividad, pensamiento de diseño y gestión tecnológica



**b. ESPECÍFICOS**

- Comprender los procesos de innovación en el contexto de las organizaciones.
- Aplicar el proceso completo de diseño desde la generación de las ideas hasta el prototipo.
- Diseñar investigaciones con usuarios reales
- Desarrollar prototipos y validarlos empíricamente
- Comunicar propuestas innovadoras mediante presentaciones estratégicas

**VI. METODOLOGÍA**

La asignatura se desarrolla bajo un enfoque de aprendizaje experiencial y una metodología de Aprendizaje Basado en Problemas, orientada a la resolución de desafíos reales. Esta estrategia promueve la autonomía, el pensamiento crítico y la integración teoría-práctica. Se instrumenta bajo la forma de un Laboratorio de Innovación aplicada que es el eje estructurante de la materia, permitiendo que los estudiantes transiten el proceso completo de pensamiento de diseño (design thinking) en contextos reales

**VII. NÚCLEO CENTRAL DE ACTIVIDADES Y/O TRABAJOS PRÁCTICOS**

● **FASE I EMPATIZAR Y DEFINIR**

*Desafío:* comprender profundamente al Usuario y mapear su entorno. Definir el problema

*Herramientas:* Observación, entrevistas en profundidad, análisis del entorno

● **FASE II IDEAR**

*Desafío:* Generación de alternativas de solución mediante herramientas de creatividad

*Herramientas:* Técnicas de creatividad, Matriz de impacto factibilidad, desarrollo conceptual

● **FASE III PROTOTIPAR Y VALIDAR**

*Desafío:* Construir prototipos de manera ágil y enfrentarlo a la validación real.

*Herramientas:* prototipos rápidos, validación de usuarios

**CONDICIONES DE APROBACIÓN**

**a. PROMOCIÓN:**

- APROBAR LOS PRÁCTICOS CON NOTA PROMEDIO MAYOR O IGUAL A 6
- APROBAR EL PARCIAL CON NOTA MAYOR O IGUAL A 6



- CUMPLIR CON UN 60% DE ASISTENCIA A CLASES
- APROBAR EL INTEGRADOR CON NOTA MAYOR O IGUAL A 6

**b. REGULAR**

- APROBAR LOS PRÁCTICOS CON NOTA PROMEDIO MAYOR O IGUAL A 4
- APROBAR EL PARCIAL (O RECUPERATORIO GLOBAL) CON NOTA MAYOR O IGUAL A 4
- CUMPLIR CON UN 60% DE ASISTENCIA A CLASES

**VIII. BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA**

- Ahmed Pervaiz, K., Shepherd Charles, D., Ramos Garza, L., & Ramos Garza, C. (2012). Administración de la Innovación. Primera Edición. ISBN: 978-607-32-0855-0.
- Alba, A. (2019) Manual [mínimo viable] de innovación. Innolandia.es. Caps. 2, 6 y 8.
- Brown, T., & Katz, B. (2019). Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation (Vol. 20091). New York, NY: HarperBusiness.
- Carraro, J. M., & Duarte, Y. (2015). Diseño de experiencia de usuario (UX): cómo diseñar interfaces digitales amigables para las personas y rentables para las compañías. Editorial Autores de Argentina.
- De Bono, E., & Castillo, O. (1994). El pensamiento creativo. Editorial Paidós.
- Gothelf, J., & Seiden, J. (2017). Lean vs. Agile vs. Design thinking: what you really need to know to build high-performing digital product teams. (No Title).
- Guilera, L. (2020). Anatomía de la creatividad. Marge Books.
- Kelley, T., & Littman, J. (2010). Las diez caras de la innovación. Barcelona: España.
- Liedtka, J., & Ogilvie, T. (2011). Designing for growth: A design thinking tool kit for managers. Columbia University Press.
- MateriaBiz (2009). Master en Negocios: Creatividad e innovación. Arte Gráfico Editorial Argentino. Cap. 5.
- Nonaka, Ikujiro (2000) La Empresa Creadora de Conocimiento en: HBR. Gestión del Conocimiento, p.23-49
- Stickdorn, M., & Schneider, J. (2012). This is service design thinking: Basics, tools, cases. John Wiley & Sons.