

Internet Thinking: estrategia y desarrollo de negocio online

Curso

26 de agosto al 07 de octubre, 2017

6 sesiones | 24 horas | Sábado de 10 a 14 hrs

Precio \$9,240

Consulta Promociones 2017

Objetivo

Analizarás el entorno digital para generar metodologías que ofrezcan soluciones factibles a las necesidades actuales de los usuarios. Detectarás áreas de oportunidad en productos, servicios, la mejora de procesos o definición de modelos de negocio, dentro del contexto digital. Generarás ideas innovadoras y funcionales a partir de la detección de coincidencias en las necesidades de los usuarios.

El alumno obtendrá las herramientas para hallar asertivamente un problema social, de un servicio o un producto, analizar el escenario y resolverlo mediante una metodología creativa dentro del entorno digital. La solución debe culminar en la maquetación de un proyecto digital.

Objetivos específicos:

- . Estructurar y enfocar el pensamiento para generar ideas dentro de un contexto digital
- . Detectar las coincidencias de las necesidades de la gente para ofrecer soluciones factibles y generar valor para los creadores y los usuarios.
- . Convertir esas necesidades en áreas de oportunidad para visualizar ideas
- . Desarrollar una maqueta de una app, un dispositivo, un sitio, new media, etc. mediante mapas de flujo, wireframes y prototipos interactivos.

Justificación y antecedentes:

1. Razones o motivos que dan sustento a la realización del programa:

Somos parte de una era digital, hemos visto como la tecnología ha permeado en diferentes áreas de nuestra vida. Los profesionales de las industrias creativas se enfrentan diariamente a nuevos paradigmas que surgen cada minuto del desarrollo de talento de la gente y se han convertido en referentes para la solución de diversos problemas sociales, de un servicio o de una marca y muchos de estos se han convertido en modelos de negocio y nuevas formas de pensar y vivir.

Imparte

Ignacio Ravelo Cortés | Fundador y director creativo de Follower Digital Advertising, agencia enfocada a crear estrategias de comunicación y producción de contenido para redes sociales. Ha trabajado con clientes como: Ricolino USA, Miller, Macario Jiménez y Mercedes Benz. Director de arte, director creativo y coordinador de arte para campañas de CRM del área digital en agencias como Ogilvy & Mather México, Wunderman, Lunave y RAPP COLLINS. Ha trabajado con marcas como American Express, Nestlé, Mattel, Axtel, Hershey's, Schering Plough, Ford, Lincoln, Jaguar y Land Rover.

Temario

- . Conectando con el usuario
- . Análisis de problemas en la sociedad de la era digital
- . Usuario tipo (Mapa de actores)
- . Generación de empatía
- . Micromomentos
- . Descubre el insight
- . Los usuarios y sus patrones
- . Mapa de conexiones
- . Ideas para la era digital
- . Customer journey & Storytelling
- . Journey Map
- . Digital Playground
- . UX & Wireframes
- . Interacción constructiva
- . Matriz de motivaciones
- . Testing

El problema es el problema

- . Introducción: La era digital
 - . El ecosistema digital
 - . Problemas de la era digital
 - . Encontrando un problema
2. Usuario tipo
- . Lo que nos interesa del usuario
 - . El yo digital
 - . La necesidad del usuario
 - . Usuario como protagonista de una historia
 - . Empatía con el usuario
3. Abstracción del problema
- . Journey del usuario y la raíz del problema
 - . Análisis del problema: Origen, causas y efectos
 - . El insight del problema

4. La solución digital

- . La idea antes del medio
- . El objetivo de la solución
- . Casos de éxito
- . La revolución mobile y los micromomentos
- . Brainstorming de soluciones
- . Journey map

5. Prototipo

- . Mapa de actores
- . Matriz de motivaciones
- . Interacción e interpretación (Experiencia de usuario)
- . Arquitectura y wireframes
- . Herramientas para prototipar

6. Presentación del proyecto