Curso 2026-27

Istituto Europeo di Design
Centro privado autorizado

GUÍA DOCENTE DE

El Diseño en las empresas y organizaciones

Máster Oficial en
Facilitación del Aprendizaje y Estrategias del Diseño

Fecha de actualización: 1 de septiembre de 2026

Máster Oficial en Facilitación del Aprendizaje y Estrategias del Diseño
Asignatura: El Diseño en las empresas y organizaciones

1. IDENTIFICADORES DE LA ASIGNATURA

Tipo	Obligatoria de Especialidad
Carácter	Teórico-práctica
Especialidad/itinerario/estilo/instrumento	Diseño de Interiores
Materia	Estrategia y gestión mediante el diseño
Periodo de impartición	2º trimestre
Número de créditos	4 ECTS
Departamento	Departamento de didáctica especialidad interiores
Prelación/ requisitos previos	Sin prelación
Idioma/s en los que se imparte	Español

2. PROFESOR RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

Apellidos y nombre	**Correo electrónico**
Blanca Santiago, Mario	Campus Virtual

3. RELACIÓN DE PROFESORES Y GRUPOS A LOS QUE IMPARTEN DOCENCIA

Apellidos y nombre	**Correo electrónico**	**Grupos**
Blanca Santiago, Mario	Campus Virtual	Todos

4. COMPETENCIAS

Competencias transversales
GT02 Profundizar en el desarrollo de las capacidades innovadoras, creativas, metodológicas y conceptuales del ámbito del diseño con el fin de trasladarlas a otras realidades.
GT04 Revisar, analizar y proponer nuevos enfoques y herramientas metodológicas, pedagógicas y de investigación para abordar proyectos de diseño de forma innovadora y experimental.
GT06 Crear una red de profesionales a nivel nacional e internacional que fomente el conocimiento, la investigación, los proyectos y las nuevas profesiones que demanda el mercado.

Competencias generales
CB01 Reconocer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
CB02 Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
CB03 Ser capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que , siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
CB04 Comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan– a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
CB7 Desarrollar la capacidad de localizar, jerarquizar y sintetizar información de referencia de la cultura, la historia del diseño y de la tecnología, economía, sociología y otras disciplinas relacionadas con los estudios en diseño.
CB11 Identificar la diversidad y la sensibilidad del contexto del diseño y s u potencial en otras realidades.
CB12 Adquirir los conocimientos metodológicos y técnicos del diseño y la creatividad como herramienta y estrategia para escen arios de aprendizaje profesional y académico.

Competencias específicas
E01 Comprender y utilizar la capacidad de significación de las metodologías en diseño.
E03 Conocer el contexto (económico, social, cultural e histórico) en el que se desarrolla el proyecto de diseño al que se enfrentan.
E04 Demostrar sensibilidad hacia temas relacionados con la sostenibilidad, inclusividad y equidad.
E05 Ser capaces de generar soluciones en forma de experiencias que combinen identidad, innovación, estrategia y calidad.
E06 Fomentar la elección de los caminos menos transitados por las metodologías en diseño que permitan explorar nuevos formatos, innovar y generar experiencias.
E08 Desarrollar el pensamiento complejo, sistémico y estratégico y entender el diseño como herramienta de gestión de la complejidad.
E09 Ser capaces de aplicar los principios del Diseño a procesos de innovación.

E10 Desarrollar el pensamiento crítico y autónomo en la aplicación de los diferentes conocimientos.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Adquirir una comprensión de los conceptos, dinámicas y procesos corporativos; entender los modelos de incorporación del Diseño en las organizaciones y en los procesos de innovación desarrollo; y de las herramientas de gestión de proyectos de Diseño y creación y gestión de equipos.
- Desarrollar estrategias de liderazgo, gestión y emprendimiento en los alumnos.
- Aplicar habilidades de comunicación y persuasión alrededor del valor transformador y estratégico del Diseño.
- Conocer y aplicar estrategias de investigación y aprendizaje constante.
- Adquirir y mostrar el posicionamiento humanista y ético que ha de representar el Diseñador en el contexto de mercado.
- Adquirir y aplicar el lenguaje propio de las empresas y organizaciones.
- Conocer las dinámicas corporativas.

6. CONTENIDOS

Bloque temático (en su caso)	Tema/repertorio
	Tema 1. Las claves de la organización contemporánea • El contexto de la necesidad del diseño • Transversalidad // De las competencias tradicionales a los nuevos roles
	Tema 2. El diseño de la organización social • Comportamientos por las normas sociales • El yo y las identidades sociales + Conformidad y obediencia a la autoridad + Prejuicios, estereotipos y agresión + Atracción, empatía y conductas de ayuda • Procesos y dinámicas de grupo (anonimato, desindividuación, etc.) + Pensamiento de grupo y toma de decisiones en grupo + Conflicto y negociación + Liderazgo

	Tema 3. Tipos de organizaciones • Qué es la sociología y cómo ve el mundo. • Grupos internos y externos y creación de la identidad. • Etnografía. • Rituales, prácticas, valores, artefactos y supuestos. • Redes y jerarquía.
	Tema 4. Cultura de la inserción del Diseño en la empresa • Pensamiento crítico y ejemplos • Desarrollo del pensamiento crítico · Estrategias para optimizar el pensamiento crítico

7. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Tipo de actividad	**Total horas**
Actividades teórico-prácticas	40 horas
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	20 horas
Horas de trabajo del estudiante	40 horas
Total de horas de trabajo del estudiante	**100 horas**

8. METODOLOGÍA

Actividades teórico-prácticas	- La asignatura se realizará a través de sesiones teórico-prácticas en las que se combinarán explicaciones teóricas, con preguntas abiertas/de debate y dinámicas en equipo en las que pondrán en práctica los conocimientos vistos en la teoría. - La teoría combinará la explicación de diferentes herramientas/ métodos de investigación, así como buenas prácticas para desarrollar las competencias necesarias para aplicar dichos métodos. - Los alumnos tendrán flexibilidad a la hora de aplicar una herramienta u otra dependiendo del contexto que elijan. El objetivo es que aprendan a seleccionar y adaptar dichas herramientas a la naturaleza de sus proyectos, desarrollando de esta manera su rol de diseñador facilitador/ creador de herramientas. - Todas las dinámicas contarán con un momento de “presentación” en el que se expondrá al resto los resultados y aprendizajes recogidos a la hora de aplicar la herramienta/s seleccionadas por el equipo.

Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	- Recursos y materiales didácticos (documentación/lecturas, bibliografía, videografía...): en ellos el alumno podrá encontrar una extensión de los contenidos propuestos en la clase magistral necesarios para el desarrollo de las actividades. - El trabajo autónomo abarca la realización individual de tareas, estudios, preparación de clases, exámenes y trabajos teóricos, teórico-prácticos y prácticos propuestos por el profesor en cada una de las asignaturas. El profesor indicará la metodología y el material de referencia para la realización del trabajo autónomo.

9. CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Se evaluará al estudiante en función del grado, adquisición y consolidación de las competencias de esta materia.

- Capacidad de análisis del contexto económico y empresarial.
- Grado de participación en procesos complejos de ideación.
- Desarrollo de competencias en el trabajo colaborativo y en equipo.
- Desarrollo de competencias de gestión y liderazgo.
- Proactividad, participación y pensamiento crítico.

Prueba final (una)
El estudiante desarrollará una prueba escrita que articule los contenidos de la asignatura.

Trabajo individual (uno)
Trabajo de investigación cuyo contenido se adecúe a:

- Tema seleccionado por el alumno dentro de los epígrafes de la asignatura
- Buscando responder a las cuestiones principales de las organizaciones
- Utilizando los métodos y técnicas más adecuados

Presentación de avances (dos)
Evaluación individual de 0-10 de las presentaciones realizadas en clase en relación al avance del trabajo individual de análisis de la solución de innovación social

9.1. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

1. El sistema de evaluación a emplear en la asignatura se adapta al modelo de la evaluación continua.
2. En el sistema de evaluación continua la asistencia a clase es obligatoria y el estudiante deberá cumplir con un porcentaje de actividad con presencia del profesor, cuya estimación será del 80%.
3. En aquellos casos en los que el estudiante no cumpla con los requisitos exigidos para la evaluación continua, se le evaluará en evaluación con pérdida de evaluación continua, para ello presentará el/los trabajo/s solicitado/s durante el curso y una prueba específica para esta

convocatoria, quedando reflejados sus correspondientes pesos relativos en el apartado 9.1.1 y 9.1.2 correspondiente de esta guía.

4. En cualquier caso, el estudiante contará con una convocatoria extraordinaria cuya estructura, instrumento de evaluación y calificación queda explicitado en el apartado 9.1.3 de esta guía.
5. Para aprobar la asignatura se debe cumplir con los requisitos de la ponderación de los instrumentos de evaluación que se definen en los puntos 9.1.1, 9.1.2 y 9.1.3.

9.1.1. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Trabajo individual (incluye dos presentaciones de avance)	40%
Prueba final escrita	40%
Participación, lecturas y actividades formativas autónomas	20%
Total	**100%**

9.1.2. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación con pérdida de evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Realización, presentación y entrega de los trabajos del curso	60%
Realización de prueba específica para la evaluación con pérdida de evaluación continua	40%
Total	**100%**

9.1.3. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

Instrumentos	Ponderación
Realización, presentación y entrega de los trabajos del curso	60%
Realización de prueba específica para la evaluación extraordinaria	40%
Total	**100%**

9.1.4. Ponderación para la evaluación de estudiantes con discapacidad

Las adaptaciones de los instrumentos de evaluación deberán tener en cuenta los diferentes tipos de discapacidad

Instrumentos	Ponderación
Se determinarán en función de la discapacidad	
Total	**100%**

10. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE Y EVALUACIONES

Sesión	CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE ASOCIADA E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN		Total horas presenciales	Total horas no presenciales
Sesión 1	Tema 1. Las claves de la organización contemporánea Por qué el diseño entra o no entra en una empresa Viernes 4 de diciembre de 2026 · 17:30–21:30			
	Actividades teóricas	**Una misma decisión de diseño recorrida por cinco tipos de organización real —startup, consultora de innovación, multinacional de servicios tecnológicos, boutique y corporación en sector regulado—: qué se pudo hacer en cada una y qué se quedó en el cajón. Por qué la organización contemporánea necesita diseño: inestabilidad de organizaciones y carreras, y redefinición de las profesiones por la tecnología. Hilo transversal de inteligencia artificial: la recomposición de competencias en curso.**	**2 h**	
	Actividades prácticas	**Presentación del reto del curso con ejemplos resueltos de prueba y de trabajo. Elección de la organización que cada estudiante analizará, situada en una matriz de tipo por madurez del diseño, y cápsula metodológica de acceso al campo.**	**1,5 h**	
	Otras act. formativas	**Apertura del diario de campo en la organización elegida. Actividad autónoma.**		**2 h**
	Evaluación	**Validación docente de la organización elegida y del acceso real al campo. Registro de participación.**	**0,5 h**	

Sesión 2	Tema 1. Las claves de la organización contemporánea Quién es quién: figuras, roles y transversalidad Viernes 11 de diciembre de 2026 · 17:30–21:30			
	Actividades teóricas	**De dónde salen los roles actuales y por qué se solapan el diseño de producto y el diseño funcional. Mapa de figuras: product manager, project leader, product owner, diseño, investigación, contenido y dirección de diseño, CX o UX. Modelos de dependencia de la función de diseño —de producto, de tecnología, de marketing o con dirección propia— y qué cambia en cada uno. Qué aporta el diseño que le da entrada: proyectar y visualizar para validar antes de construir, reducir incertidumbre y hacer estimable el trabajo.**	**2 h**	
	Actividades prácticas	**Cada estudiante dibuja el organigrama real de la función de diseño en su organización —de quién depende, quién le pide trabajo, quién aprueba— y lo contrasta con los modelos vistos.**	**1,5 h**	
	Otras act. formativas	**Trabajo de campo: conversación con una persona de otra función —producto, ingeniería o negocio— sobre qué espera del diseño.**		**2 h**
	Evaluación	**Calidad del organigrama y de la lectura de dependencias.**	**0,5 h**	

Sesión 3	Tema 2. El diseño de la organización social Quién activa el diseño y con qué autoridad Viernes 18 de diciembre de 2026 · 17:30–21:30

	Actividades teóricas	**Quién activa el recurso de diseño en la práctica y con qué autoridad: el diseño como proveedor interno frente al diseño como par, y qué cambia cuando existe una dirección que lidera en horizontal. Fuentes de poder en juego y cuáles sostienen a la función. Normas no escritas e identidad de grupo entre diseño, producto e ingeniería. Conformidad y obediencia ante la autoridad en la sala de reunión.**	**2 h**	
	Actividades prácticas	**Simulación de un comité en el que el diseño pide entrar antes en la definición. Se juega dos veces, en solitario y con un aliado pactado, y se comparan los resultados.**	**1,5 h**	
	Otras act. formativas	**Trabajo de campo durante el periodo no lectivo.**		**2 h**
	Evaluación	**Capacidad de sostener una posición ante autoridad y de leer las fuentes de poder en juego.**	**0,5 h**	

Sesión 4	Tema 2. El diseño de la organización social Cómo se decide en un equipo de producto Viernes 15 de enero de 2027 · 17:30–21:30			
	Actividades teóricas	**El reparto de responsabilidades entre producto, diseño e ingeniería y por qué en la práctica no se cumple. Cómo se decide de verdad: dinámicas de grupo, desindividuación, pensamiento de grupo y sesgos en la decisión colectiva. Negociación por intereses frente a negociación por posiciones. Liderazgo horizontal de una disciplina sin autoridad jerárquica.**	**2 h**	

	Actividades prácticas	**Cada estudiante trae una petición real que le hayan rechazado y la reformula de posición a interés. Negociación por parejas y puesta en común.**	**1 h**	
	Otras act. formativas	**Seminario de lectura autogestionado (1): los estudiantes se reúnen sin el profesor y entregan un acta con las conclusiones.**		**2 h**
	Evaluación	**Presentación de avance (1). Evaluación individual de 0 a 10: organización elegida, mapa de dependencias, primeras observaciones de campo y preguntas de investigación. Ocho minutos por estudiante más preguntas. Peso 5 %.**	**1 h**	

Sesión 5	Tema 3. Tipos de organizaciones Cómo se lee una organización Viernes 22 de enero de 2027 · 17:30–21:30			
	Actividades teóricas	**Los tres niveles de cultura —artefactos, valores declarados y supuestos básicos— y por qué el diagnóstico está en la distancia entre los dos últimos. Cuatro miradas para leer una organización: máquina, organismo, cultura y sistema político. La mirada etnográfica como herramienta de lectura, no como método de investigación. Tipologías reales contrastadas.**	**2 h**	
	Actividades prácticas	**Role-play de conflicto ante la adopción de una metodología, con roles de diseño, ingeniería, negocio, finanzas y cumplimiento normativo. Análisis posterior con las cuatro miradas y con un campo de fuerzas.**	**1,5 h**	

	Otras act. formativas	**Trabajo de campo: lectura de la organización propia en los tres niveles de cultura.**		**2 h**
	Evaluación	**Observación del role-play y calidad de la lectura cultural.**	**0,5 h**	

Sesión 6	Tema 3. Tipos de organizaciones Cómo está cableada: redes, topología y conocimiento Viernes 29 de enero de 2027 · 17:30–21:30			
	Actividades teóricas	**Red informal de influencia frente a organigrama formal. Topología de la función de diseño: modelos centralizado, distribuido, embebido e híbrido, tipos de equipo y modos de interacción. Dónde vive el conocimiento, tácito o codificado, y qué determina poder escalar con recursos externos. Ley de Conway y maniobra inversa. El sistema de agentes como artefacto organizativo, del mismo tipo que un sistema de diseño.**	**2 h**	
	Actividades prácticas	**Taller sobre los diarios de campo, mapa de red frente a organigrama y encaje de la organización propia en la matriz de dos ejes: dónde vive el diseño por dónde vive el conocimiento.**	**1,5 h**	
	Otras act. formativas	**Seminario de lectura autogestionado (2), con acta de conclusiones.**		**2 h**
	Evaluación	**Revisión del diario de campo, del mapa de red y del encaje en la matriz.**	**0,5 h**	

Sesión 7	Tema 4. Cultura de la inserción del Diseño en la empresa Cómo se mide el valor del diseño y quién posee las métricas Jueves 4 de febrero de 2027 · 17:30–19:30			
	Actividades teóricas	**El problema de medición del diseño y qué mide realmente cada intento: modelos de madurez, índices de valor de negocio y cuadros de mando de la función. Cómo se diseña un indicador: del objetivo a la decisión y de la decisión a la métrica; actividad, resultado e impacto; resistencia a la manipulación y contramétricas. Mapa de dueños: quién mira cada número en la organización y qué decide con él.**	**1 h**	
	Actividades prácticas	**Cada estudiante define tres indicadores para la función de diseño de su organización y el resto del grupo intenta manipularlos. El indicador que sobrevive es el que sirve.**	**0,75 h**	
	Otras act. formativas	**Asistencia a un evento profesional del sector (primera parte). Actividad autónoma: acuden de forma individual o en grupo, con o sin el profesor.**		**3 h**
	Evaluación	**Calidad de los indicadores propuestos y su resistencia a la manipulación.**	**0,25 h**	

Sesión 8	Tema 4. Cultura de la inserción del Diseño en la empresa Cómo se posiciona el diseño para ser facilitador Viernes 5 de febrero de 2027 · 17:30–19:30			
	Actividades teóricas	**Los escalones de madurez del diseño en la organización y qué mueve a una**	**1 h**	

		empresa de uno al siguiente: atributos percibidos de la adopción y análisis de campo de fuerzas. Las palancas concretas del diseño para ganar sitio: validar sin construir, hacer estimable lo indefinido y unificar el recorrido del usuario cuando cada función trae el suyo.		
	Actividades prácticas	**Diagnóstico de madurez de la organización propia con evidencia de campo y elaboración colectiva del cuestionario de la masterclass.**	**0,75 h**	
	Otras act. formativas	**Asistencia a un evento profesional del sector (segunda parte). Se acredita con una reseña breve.**		**3 h**
	Evaluación	**Calidad del diagnóstico de madurez y de las preguntas formuladas.**	**0,25 h**	

Sesión 9	Tema 4. Cultura de la inserción del Diseño en la empresa Masterclass y Q&A con profesional invitado Jueves 11 de febrero de 2027 · 17:30–19:30			
	Actividades teóricas	**Sesión con profesional invitado que dirige un equipo de diseño o de producto: de quién depende el diseño en su organización, quién activa el recurso, cómo se decide qué se hace, en qué escalón de madurez está y cómo se gestiona el cambio. La tipología de organización se cierra en coordinación con la otra asignatura para que entre las dos haya contraste.**	**1 h**	
	Actividades prácticas	**Turno de preguntas dirigido a partir del cuestionario preparado, con registro de**	**0,75 h**	

		evidencias y encaje de la organización invitada en los modelos de la asignatura.		
	Otras act. formativas	**Preparación previa del turno de preguntas y documentación sobre la organización invitada.**		**1 h**
	Evaluación	**Participación argumentada en el turno de preguntas.**	**0,25 h**	

Sesión 10	Tema 4. Cultura de la inserción del Diseño en la empresa Pensamiento crítico y diagnóstico de una organización Viernes 12 de febrero de 2027 · 17:30–19:30			
	Actividades teóricas	**Pensamiento crítico aplicado al discurso del propio diseño: límites metodológicos de la evidencia de valor, crítica publicada al pensamiento de diseño y ética del diseño del comportamiento. Cómo se construye un argumento sostenible sobre una organización y qué lo invalida. Apariencia, códigos y prejuicio en la inserción del diseño.**	**0,75 h**	
	Actividades prácticas	**Contraste entre el caso presentado en la masterclass y las organizaciones analizadas por los estudiantes.**	**0,25 h**	
	Evaluación	**Presentación de avance (2). Evaluación individual de 0 a 10: diagnóstico de la organización y decisión preliminar de capacidad. Peso 5 %.**	**1 h**	

Sesión 11	Tema 4. Cultura de la inserción del Diseño en la empresa El nuevo modo de trabajo: agentes, capacidades y el papel del diseño

	Jueves 18 de febrero de 2027 · 17:30–19:30			
	Actividades teóricas	**Qué acorta la automatización del trabajo de diseño y qué no: se abarata la ejecución, no la formulación del problema ni la decisión sobre qué merece existir. Qué habilidades pide entonces el equipo y qué le ocurre a la formación de los perfiles de entrada. El nuevo modelo de intervención: el diseño actuando sobre el sistema que produce la interfaz. Adopción y gestión del cambio aplicadas a implantar un sistema de agentes. Cierre del temario.**	**1 h**	
	Actividades prácticas	**Análisis anticipado de fracaso sobre la organización ya diagnosticada: qué se rompe primero si la mayor parte de la producción de diseño se automatiza, y qué habría que montar antes.**	**0,75 h**	
	Evaluación	**Calidad de la crítica emitida y de la respuesta a la crítica recibida.**	**0,25 h**	

Sesión 12	Tema 4. Cultura de la inserción del Diseño en la empresa Taller de casos: resolver en voz alta y defender Viernes 19 de febrero de 2027 · 17:30–19:30			
	Actividades teóricas	**Qué se evalúa en el caso de la prueba final —encuadre del problema, uso de evidencia, coherencia entre diagnóstico y decisión y calidad de la defensa— y qué invalida una respuesta.**	**0,25 h**	
	Actividades prácticas	**Tres casos breves de organización resueltos en voz alta con el formato de la prueba. Cada uno se itera dos veces: respuesta inicial, crítica del grupo y**	**1,5 h**	

		segunda vuelta corregida. Debate sobre las alternativas descartadas.		
	Otras act. formativas	**Preparación individual previa: repaso del diagnóstico propio y de las ocho lecturas obligatorias.**		**1 h**
	Evaluación	**Participación argumentada y capacidad de corregir la propia respuesta tras la crítica.**	**0,25 h**	

Sesión 13	Evaluación Presentación final del trabajo individual Jueves 25 de febrero de 2027 · 17:30–19:30			
	Actividades prácticas	**Montaje del formato y organización de los turnos.**	**0,25 h**	
	Evaluación	**Presentación y defensa individual del trabajo en convocatoria ordinaria: diagnóstico de la organización, decisión de capacidad y reflexión crítica. Diez minutos de exposición y tres de preguntas por estudiante, más entrega del informe. Peso 30 %.**	**1,75 h**	

Sesión 14	Evaluación Prueba final escrita Viernes 26 de febrero de 2027 · 17:30–19:30			
	Evaluación	**Prueba escrita presencial y sin dispositivos, en dos partes: cinco preguntas de respuesta corta sobre los cuatro temas —sin test— y un caso inédito a desarrollar por escrito durante**	**2 h**	

		una hora: dada esta organización y este reto, cómo montarías la capacidad y por qué. Peso 40 %. Incluye entrega de notas y correcciones.		

11. RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS

11.1. Bibliografía general

Título	Org Design for Design Orgs
Autor	Peter Merholz y Kristin Skinner
Editorial	Rosenfeld Media, 2016

Título	Organizational Culture and Leadership
Autor	Edgar H. Schein
Editorial	Wiley, 5.ª ed., 2017

Título	Team Topologies
Autor	Matthew Skelton y Manuel Pais
Editorial	IT Revolution, 2019

Título	Inspired: How to Create Tech Products Customers Love
Autor	Marty Cagan
Editorial	Wiley, 2.ª ed., 2017

Título	Obtenga el sí (Getting to Yes)
Autor	Roger Fisher y William Ury
Editorial	Gestión 2000

Título	Images of Organization
Autor	Gareth Morgan
Editorial	Sage, 2006

Título	Design-Driven Innovation
Autor	Roberto Verganti
Editorial	Harvard Business Press, 2009

Título	The Social Animal
Autor	Elliot Aronson
Editorial	Worth Publishers, 12.ª ed., 2018

11.2. Bibliografía complementaria

Título	The Future of the Professions
Autor	Richard y Daniel Susskind
Editorial	Oxford University Press, 2015

Título	The Knowledge-Creating Company
Autor	Ikujiro Nonaka y Hirotaka Takeuchi
Editorial	Oxford University Press, 1995

Título	The Fearless Organization
Autor	Amy C. Edmondson
Editorial	Wiley, 2018

Título	La interpretación de las culturas
Autor	Clifford Geertz
Editorial	Gedisa, 2003

Título	Change by Design
Autor	Tim Brown
Editorial	HarperBusiness, 2009

Título	Diffusion of Innovations
Autor	Everett M. Rogers
Editorial	Free Press, 5.ª ed., 2003

Título	Co-Intelligence: Living and Working with AI
Autor	Ethan Mollick
Editorial	Portfolio, 2024

Título	Modernidad líquida
Autor	Zygmunt Bauman
Editorial	Fondo de Cultura Económica, 2000

11.3. Direcciones web de interés

ddc.dk — Danish Design Centre — la escalera del diseño
nngroup.com — Modelo de madurez de experiencia de usuario, seis niveles
dmi.org — Design Management Institute — Design Value Index
mckinsey.com — The Business Value of Design (2018)
bi.team — Behavioural Insights Team — el marco EAST
hbr.org — Iskander, crítica al pensamiento de diseño (2018)
weforum.org — Future of Jobs Report, última edición
deceptive.design — Catálogo de patrones engañosos

11.4. Otros materiales y recursos didácticos

Dossier de apertura. Mapa de los cuatro temas y las catorce sesiones, modelo de evaluación completo y esta relación de lecturas por tema. Se entrega en la sesión 1.
Ejemplos de evaluación. Una pregunta corta con su respuesta modelo, un enunciado de mini caso y un fragmento de diagnóstico modelo. Se trabajan en la sesión 1 para que sepan qué se les pide.
Dossier de casos por tipología. Startup, consultora de innovación, multinacional de servicios tecnológicos, consultora boutique y corporación en sector regulado. Elaboración propia a partir de trayectoria profesional.
Plantilla de diario de campo. Con la guía de ética y consentimiento para la observación en organizaciones.
Rúbricas. Cuatro niveles y seis criterios, para el trabajo individual, los dos avances y la prueba final.
Materiales de las masterclass. Documentación y grabación de las dos sesiones con profesional invitado, cuando el invitado lo autorice.