Curso 2026-27

Istituto Europeo di Design
Centro privado autorizado

GUÍA DOCENTE DE

Estrategias mediante el diseño

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: Estrategias mediante el diseño

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
Prelación/ requisitos previos	Sin prelación
Idioma/s en los que se imparte	Español

2. PROFESOR RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

Apellidos y nombre	**Correo electrónico**
Alonso Guerrero, Jesús Ignacio	campus virtual

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

Apellidos y nombre	**Correo electrónico**	**Grupos**
Alonso Guerrero, Jesús Ignacio	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 y profesional.
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.
CB07 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.
CB08 Formular y presentar proyectos conforme a los requisitos de calidad de los estudios de posgrado, demostrando un dominio avanzado del género y metodología académica.
CB11 Identificar la diversidad y la sensibilidad del contexto del diseño y su potencial en otras realidades.
CB12 Adquirir los conocimientos metodológicos y técnicos del diseño y la creatividad como herramienta y estrategia para escenarios de aprendizaje profesional y académico.

Competencias específicas
E01 Comprender y utilizar la capacidad de significación de las metodologías en diseño.
E02 Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica.
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 visión estratégica del diseño a partir de procesos, principios y metodologías aplicadas a la innovación social, negocio o tecnología.
- Desarrollar estrategias de liderazgo, gestión y emprendimiento en los estudiantes.
- Aplicar habilidades de comunicación y persuasión alrededor del valor transformador y estratégico del Diseño.
- Conocer e incorporar estrategias de investigación y aprendizaje constante.
- Mostrar el posicionamiento humanista y ético que ha de representar el Diseñador en el contexto de mercado.

6. CONTENIDOS

Bloque temático (en su caso)	Tema/repertorio
	Tema 1. INTRODUCCIÓN AL DISEÑO ESTRATÉGICO - Introducción al concepto de Diseño Estratégico - Tipologías y ejemplos de proyectos de Diseño Estratégico - Explicación del rol y responsabilidades del *Design Strategist*
	Tema 2. CONTEXTOS DE LA CULTURA DEL PROYECTO - Dinámica *role-play* de *Kickoff* de proyecto con cliente - Introducción a las tendencias del futuro - Dinámica de análisis y presentación de tendencias - Herramientas y buenas prácticas para realizar *Benchmarking* de productos/ servicios de sectores adyacentes - Dinámica de *Benchmark* de productos/ servicios
	Tema 3. IDEACIÓN DE SOLUCIONES Y DESARROLLO - Explicación y reglas de oro para la ideación de soluciones - Técnicas de creatividad (Brainstorming, Brainwriting, Analogías, SCAMPER, 7 sombreros, etc.) - Explicación de la herramienta de *Business Model Canvas* - Explicación de la herramienta de *Value Proposition Canvas*

	Tema 4. CREACIÓN DE PROTOTIPOS - Explicación de las diferencias entre prototipos y Productos Mínimos Viables (MVPs) - Tipologías de prototipos - Explicación de las actividades pre, durante y post la validación del usuario
	Tema 5. IMPLEMENTACIÓN DE LA SOLUCIÓN - Buenas prácticas para la preparación del desarrollo de la solución - DOs y DONTs de diseños de soluciones en la fase de implementación/ escalado de la solución en el mercado

7. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Tipo de actividad	**Total horas**
Actividades teóricas	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. - Se reservará un espacio de tiempo en las sesiones, para presentar el avance del trabajo grupal realizado paralelamente al desarrollo de las sesiones. El objetivo de este espacio es resolver posibles dudas y compartir el feedback entre los alumnos. - Se propiciarán casos prácticos, tras cada bloque temático, que inviten a la reflexión personal y a la elaboración de conclusiones, favoreciendo un aprendizaje funcional, que posibilite aplicaciones de los conocimientos adquiridos. El estudiante, con la tutela del docente, trabajará la elaboración del proyecto final que será el resultado de la asignatura. - Las clases teórico-prácticas serán clases magistrales/participativas acompañadas de un ejercicio práctico que ayuden y permitan asentar y comprobar el conocimiento y contenido planteado. Se podrá desarrollar en grupo o de forma individual.

Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	- 12h: Visita a consultoras/ estudios de diseño de diferentes tamaños que lleven a cabo proyectos de diseño estratégico y compartan con los alumnos algunos de los proyectos en los que han tomado parte, así como sus instalaciones. - Ejemplos: Opinno, Garaje de Ideas, Propellan, Fjord, etc.(*Nota: la elección de la visita dependerá de su disponibilidad y de la diferenciación entre tipologías de compañías para abarcar una visión global). - 8h: Asistencia a un evento de un día o a dos de medio día en los que se traten temas relacionados con el diseño estratégico - Ejemplos: Madrid Design Festival, BBVA Design Wednesdays, Service Design Days, etc. (*Nota: la elección de estos eventos dependerá de las fechas en las que se imparta la asignatura y la disponibilidad de los alumnos).

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 estructurar y reflexionar sobre los casos específicos a desarrollar.
- Incorporación de los aspectos propuestos en los ejercicios.
- Participación, aportaciones al diálogo y capacidad de generar nuevas propuestas enriquecedoras.
- Organización, presentación, comunicación.

Trabajo grupal (uno)

- A lo largo del desarrollo de la asignatura, los alumnos efectuarán un trabajo grupal en el que desarrollarán una solución que dé respuesta al Briefing realizado por una empresa invitada.
- El responsable de la empresa presentará el briefing al inicio de la asignatura y estará presente en la presentación de las soluciones desarrolladas que den respuesta al mismo.
- Idealmente, y en caso de ser viable, el responsable de la empresa acudirá a una/dos sesiones intermedias en las que dará feedback a los estudiantes sobre la solución en desarrollo.
- Los equipos realizarán una presentación y entregarán un informe que contemple el detalle del trabajo llevado a cabo.

Informe (40%): evaluado por el docente

Campos a incluir:

- Introducción (contextualización)
- Briefing del cliente
- Análisis de tendencias entorno a la temática
- Benchmark de soluciones en el mercado
- Ideación de soluciones
- Metodología: explicación de las actividades de ideación realizadas
- Recopilación de soluciones ideadas
- Definición de la solución priorizada
- Definición de la propuesta de valor
- Business Model Canvas de la solución
- Value Proposition Canvas de la solución
- Creación de prototipos

- Detalle de las características prototipo realizado
- Imágenes de detalle del prototipo
- Validación del prototipo
- Metodología: explicación de las actividades de validación realizadas
- Análisis y conclusiones de las validaciones llevadas a cabo
- Implementación de la solución
- Aspectos a tener en cuenta en la implementación de la solución
- Aprendizajes del equipo
- Recopilación de aprendizajes por parte de los miembros del equipo
- Anexos: información complementaria, guiones de validación de la solución
- Bibliografía

Para su evaluación, se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- Estructura
- Metodología
- Creatividad
- Impacto y viabilidad de la solución
- Edición del documento

Presentación (30%): evaluación por parte del docente y del representando de la empresa de los siguientes campos:

- Narrativa/ Storytelling
- Estructura
- Metodología
- Creatividad
- Impacto y viabilidad de la solución
- Interacción con la audiencia
- Habilidades de presentación
- Respuesta a las preguntas realizadas
- *Extra: experiencia alrededor de la presentación

Presentación de avances (dos)

Evaluación grupal de 0-10 de las presentaciones realizadas en clase en relación al avance del proyecto

Participación en clase

Evaluación individual de 0-10 de la participación en las clases

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
Asistencia	10%
Trabajo grupal	80%
Presentación avances	10%
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 y 2	**Tema 1.** INTRODUCCIÓN AL DISEÑO ESTRATÉGICO Y DECONSTRUCCIÓN DEL BRIEFING (Caps. 1, 2 y 3 del Manual)			
	Actividades teóricas	Clase magistral participativa: Eficacia operativa vs. estrategia (trade-offs de Porter), niveles de intervención (producto, servicio, sistema), el rol del Design Strategist, epistemología de la evidencia (`[O]` vs. `[S]`) y problemas retorcidos (Wicked Problems).	3 horas	
	Actividades prácticas	Sorteo y apertura de los Sobres de Caso Real en Madrid. Taller práctico de deconstrucción del Briefing en 4 capas, auditoría de restricciones y role-play de Kickoff con el cliente/sponsor.	2 horas	
	Otras actividades formativas	Investigación secundaria verídica sobre la organización asignada, matriz epistemológica e identificación de dos marcos rivales (Reframing).		2 horas
Sesión 3	**Tema 2 (parte 1).** PENSAMIENTO SISTÉMICO E INVESTIGACIÓN SITUADA (Caps. 4 y 5 del Manual)			
	Actividades teóricas	Clase magistral: Mapas sistémicos, bucles reforzadores y compensadores, puntos de palanca de Donella Meadows, investigación situada (Jobs-to-be-Done) y lectura del silencio (sesgo de supervivencia de Wald y RGPD).	1 hora	
	Actividades prácticas	Taller de mapeo del bucle de colapso del caso asignado y diseño de guiones de investigación de campo no inductivos.	1 hora	
	Otras actividades formativas	Trabajo de campo real en Madrid (observación situada en los puntos físicos del caso y entrevistas a usuarios, no-usuarios y operadores).		4 horas
	Evaluación	Revisión en aula del encuadre inicial del proyecto y actitud proactiva en la auditoría de sesgos entre equipos.	0,5 horas	

Sesión 4 y 5	**Tema 2 (parte 2).** CONTEXTOS DE LA CULTURA DEL PROYECTO: TENDENCIAS Y BENCHMARKING (Caps. 6 y 7 del Manual)			
	Actividades teóricas	Clase magistral: Introducción a la prospectiva estratégica (señales débiles, tendencias e incertidumbres críticas OCDE) y metodología de Benchmarking estructural de sectores adyacentes en 4 planos (Apariencia, Mecanismo, Operación y Resultado).	2 horas	
	Actividades prácticas	Dinámica de análisis y presentación de tendencias (túnel de viento en matriz 2 × 2) y taller de transferencia de analogías estructurales al proyecto grupal.	2 horas	
	Otras actividades formativas	Visita profesional 1 (Consultora/Estudio de Diseño Estratégico, ej. Opinno / Garaje de Ideas): Inmersión en flujos de trabajo de Discovery & Research.		4 horas
	Trabajo autónomo del estudiante	Elaboración del Dossier de Encuadre de Oportunidad, síntesis de hallazgos de campo y preparación de la Presentación de Avance 1.		4 horas
	Evaluación	Revisión del trabajo práctico y puesta en común de los aprendizajes extraídos en la primera visita profesional.	1 horas	

Sesión 6	HITO DE AVANCE 1 Y TEMA 3 (Parte I). REGLAS DE ORO DE IDEACIÓN Y MECANISMOS (Dossier I y Cap. 8 del Manual)			
	Actividades teóricas	Clase magistral: Creatividad disciplinada (Amabile), reglas de oro para la ideación y las 5 familias de mecanismos de cambio (información, acceso, reglas, backstage y sustracción).	0.5 hora	
	Actividades prácticas	Taller intensivo con técnicas de creatividad aplicada: Brainwriting 6-3-5, Inversión de supuestos, Analogías y SCAMPER estratégico.	1 hora	
	Otras actividades formativas	Desarrollo de la matriz de familias de mecanismos y estructuración de 3 conceptos finalistas en fichas de 8 piezas.		3 horas
	Evaluación (avance 1)	Presentación de Avance 1 del Proyecto Grupal: Defensa del reencuadre del briefing, diagnóstico sistémico y nueva pregunta estratégica (How Might We). Feedback del docente y pares.	1 horas	

Sesión 7	**Tema 3 (Parte II).** ARQUITECTURA DE SERVICIOS, CONDUCTA COM-B Y JUICIO CON IA (Caps. 9, 10 y 11 del Manual)

	Actividades teóricas	Clase magistral: El servicio como coproducción (Shostack), Service Blueprint (frontstage, backstage y 3 excepciones), diseño conductual ético (COM-B frente a dark patterns) y protocolo de uso auditado de IA Generativa (Sándwich Cognitivo).	1 hora	
	Actividades prácticas	Construcción del Service Blueprint cronometrado del caso y auditoría ética de fricciones conductuales (COM-B de usuario y empleado).	1 hora	
	Otras actividades formativas	Visita profesional 2 (Estudio/Consultora de Service Design, ej. Fjord-Accenture Song / Propelland / Mormedi): Casos reales de arquitectura de servicios.		4 horas
	Trabajo autónomo del estudiante	Completar el plano de servicio con protocolo de excepciones y modelado auditado en el Data Room del caso.		3 horas
	Evaluación	Revisión de progreso del Service Blueprint y control de higiene epistemológica en el uso de herramientas de IA.	0.5 horas	

Sesión 8 y 9	Tema 3 (Parte III). PROPUESTA DE VALOR (VPC), MODELOS DE NEGOCIO (BMC) Y SOSTENIBILIDAD (Caps. 12, 13 y 14 del Manual)			
	Actividades teóricas	Clase magistral: Explicación y aplicación rigurosa del Value Proposition Canvas (VPC multi-actor) y del Business Model Canvas (BMC), economía unitaria (CAPEX, OPEX y umbral de equilibrio $Q^$), valor público y economía circular.	2 horas	
	Actividades prácticas	Taller práctico de modelado en VPC y BMC, sesión de Data Room con el docente para desbloquear costes operativos y cálculo de sensibilidad financiera dentro del presupuesto del caso.	2 horas	
	Otras actividades formativas	Asistencia a Jornada / Evento de la Industria (Parte 1): Participación en seminario o congreso de diseño estratégico (ej. Madrid Design Festival / Service Design Days / BBVA Design Wednesdays).		4 horas
	Trabajo autónomo del estudiante	Cierre del expediente de modelo de valor (VPC + BMC), cuentas CAPEX/OPEX, matriz de equidad/circularidad y preparación del Avance 2.		4 horas
	Evaluación	Revisión crítica del encaje entre propuesta de valor, carga operativa de backstage y viabilidad económica.	1 horas	

Sesión 10 y 11	HITO DE AVANCE 2 Y TEMA 4. CONVERGENCIA, PROTOTIPOS Y MVPs (Dossier II y Caps. 15 y 16 del Manual)			
	Actividades teóricas	Clase magistral: Convergencia radical (filtro binario y Pre-Mortem de Klein). Diferencias entre Prototipos, Productos Mínimos Viables (MVPs) y Pilotos. Tipologías de prototipos y dimensiones de fidelidad (visual, lenguaje y Mago de Oz / backstage).	2 horas	
	Actividades prácticas	Dinámica de Pre-Mortem del concepto elegido, diseño de Test Cards con umbral de refutación a priori y construcción en taller de los prototipos de frontstage y simulación de backstage.	2 horas	
	Otras actividades formativas	Visita profesional 3 (Laboratorio de Innovación / Estudio de Producto y Prototipado en Madrid): Procesos de experimentación y testeo con usuarios.		4 horas
	Trabajo autónomo del estudiante	Producción material y digital de los prototipos de detalle y redacción de los guiones neutrales de validación.		4 horas
	Evaluación (Avance 2)	Presentación de Avance 2 del Proyecto Grupal: Defensa del portafolio de soluciones, Service Blueprint, VPC, BMC y viabilidad económica.	1 horas	

Sesión 12, 13 y 14	Tema 4 (Continuación) y Tema 5. VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO, IMPLEMENTACIÓN Y GOBERNANZA (Caps. 17 al 23 del Manual)			
	Actividades teóricas	Clases magistrales integradas: Actividades pre, durante y post validación (falsabilidad, fracciones naturales, ética Belmont/RGPD, accesibilidad WCAG y análisis causal de resultados). Buenas prácticas de implementación (marco CFIR, Stage-Gates), DOs y DON'Ts en la fase de implementación/escalado y métricas equilibradas (Ley de Goodhart).	3 horas	
	Actividades prácticas	Laboratorio de análisis de la Evidencia Adversa recogida en la calle, rediseño trazable del prototipo (Acta de Iteración), diseño de artefactos Pokayoke para suplentes y construcción de la tabla de DOs & DON'Ts y cuadro de mando del proyecto	3 horas	
	Otras actividades formativas	Asistencia a Jornada / Evento de la Industria (Parte 2): Segunda sesión de evento sectorial y síntesis crítica de transferencia al proyecto.		4 horas

	Trabajo autónomo del estudiante	Ejecución de pruebas de validación en Madrid con usuarios reales y simulación cronometrada de backstage; iteración del prototipo y redacción de los Bloques 3 y 4 del Informe Final		8 horas
	Evaluación	Tutorías intensivas de revisión del proyecto final, auditoría de las cicatrices de validación y validación de la hoja de ruta de implementación.	1.5 horas	

Sesión 15	CIERRE EDITORIAL Y PRESENTACIÓN DE TRABAJO FINAL (Cap. 24 y Dossier IV del Manual)			
	Actividades prácticas	Ensayo de los 6 movimientos del Storytelling ejecutivo (Pirámide de Minto), preparación de respuesta a objeciones (Q&A con técnica A.E.C.) y despliegue de prototipos tangibles en sala.	1 horas	
	Trabajo autónomo del estudiante	Maquetación editorial definitiva del Informe Final (con Resumen Ejecutivo, Anexos de guiones/IA y Bibliografía) y preparación de la defensa oral.		6 horas
	Evaluación	Presentación y Defensa Final del Trabajo de Curso (Convocatoria Ordinaria) ante el docente / Comité de Inversión y entrega del Informe Estructurado completo.	2 horas	

Sesión 16	EVALUACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN EJECUTIVA (PORTAFOLIO DE JUICIO)			
	Evaluación	Devolución detallada de calificaciones por rúbrica (Informe, Presentación, Avances y Participación), retrospectiva de aprendizajes del equipo y orientaciones para integrar el caso en el Portafolio Profesional de cada estudiante.	4 horas	

11. RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS

11.1. Bibliografía general

Título	Diseñando la propuesta de valor (Value Proposition Design) y Generación de modelos de negocio (Business Model Generation)
Autor	Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Greg Bernarda y Alan Smith
Editorial	Deusto / Strategyzer (Wiley)

Título	Cómo probar ideas de negocio (Testing Business Ideas: A Field Guide for Rapid Experimentation)

Autor	David J. Bland y Alexander Osterwalder
Editorial	Empresa Activa / Strategyzer (Wiley)

Título	Frame Innovation: Create New Thinking by Design
Autor	Kees Dorst
Editorial	MIT Press

Título	Pensar en sistemas (Thinking in Systems: A Primer)
Autor	Donella H. Meadows
Editorial	Capitán Swing / Chelsea Green Publishing

Título	Good Services: How to Design Services that Work
Autor	Lou Downe
Editorial	BIS Publishers

11.2. Bibliografía complementaria

Título	What Is Strategy? (Harvard Business Review, 74(6), 61–78)
Autor	Michael E. Porter
Editorial	Harvard Business Publishing

Título	The Mom Test: Cómo hablar con tus clientes y descubrir si tu idea es buena cuando todo el mundo te miente
Autor	Rob Fitzpatrick
Editorial	CreateSpace / Edición independiente

Título	The Pyramid Principle: Logic in Writing and Thinking
Autor	Barbara Minto
Editorial	Financial Times / Prentice Hall

Título	The behaviour change wheel: A new method for characterising and designing behaviour change interventions (Implementation Science, 6, 42)
Autor	Susan Michie, Maartje M. van Stralen y Robert West
Editorial	BioMed Central / Springer Nature

Título	The updated Consolidated Framework for Implementation Research based on user feedback (CFIR) (Implementation Science, 17, 75)
Autor	Laura J. Damschroder et al.
Editorial	BioMed Central / Springer Nature

11.3. Direcciones web de interés

https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/framework-for-innovation/ (Design Council — Framework for Innovation, Double Diamond y Systemic Design Framework)
https://www.gov.uk/service-manual (GOV.UK Service Manual & Service Standard — investigación de usuarios, prototipado, accesibilidad y métricas de servicio)
https://www.strategyzer.com/library (Strategyzer Library — lienzos oficiales de Business Model Canvas, Value Proposition Canvas y Test Cards)
https://www.oecd.org/en/topics/strategic-foresight.html (OCDE Strategic Foresight Toolkit — prospectiva estratégica y análisis de señales tempranas y tendencias)
https://www.ellenmacarthurfoundation.org/ (Ellen MacArthur Foundation — principios y herramientas de diseño para la economía circular)
https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/ (W3C Web Accessibility Initiative — estándares internacionales de accesibilidad WCAG)