



República Argentina – Universidad Nacional de Moreno
2026
Departamento de Ciencias Aplicadas y Tecnología
Disposición

Número: UNM- DCAYT 10 / 26

Ciudad de Moreno
02/03/2026

Referencia: Aprobación Programa Asignatura DISEÑO ESTRATÉGICO, INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO I (240042)

VISTO el Expediente N° UNM-EXP: 14/2026 del Registro de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO, y CONSIDERANDO:

Que el REGLAMENTO GENERAL ACADÉMICO, aprobado por Resolución UNM-R N° 37/10 y sus modificatorias, el que fuera ratificado por el Acta de la Sesión Ordinaria N° 01/13 del CONSEJO SUPERIOR de fecha 25 de junio de 2013, establece el procedimiento para la aprobación de las obligaciones curriculares que integran los Planes de Estudios de las carreras que dicta esta UNIVERSIDAD NACIONAL.

Que conforme lo dispuesto en el citado REGLAMENTO GENERAL, se ha elevado una propuesta de Programa de la Asignatura DISEÑO ESTRATÉGICO, INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO I (240042), del ÁREA: DESARROLLO CIENTÍFICO TECNOLÓGICO, correspondiente al CICLO DE FORMACIÓN PROFESIONAL de las Carreras DISEÑO de INDUMENTARIA, DISEÑO INDUSTRIAL, DISEÑO EN COMUNICACIÓN VISUAL y DISEÑO MULTIMEDIAL del DEPARTAMENTO DE CIENCIAS APLICADAS Y TECNOLOGÍA, de esta UNIVERSIDAD, aconsejando su aprobación con vigencia a partir del 1er. cuatrimestre del Ciclo Lectivo 2026.

Que la SECRETARÍA ACADÉMICA de la UNIVERSIDAD ha emitido opinión favorable, de conformidad con lo previsto en el artículo 3° de la Parte I del citado REGLAMENTO GENERAL, por cuanto dicho Programa se ajusta a las definiciones



República Argentina – Universidad Nacional de Moreno

2026

Departamento de Ciencias Aplicadas y Tecnología

Disposición

enunciadas en el artículo 4º de la Parte I del REGLAMENTO en cuestión, así como también, respecto de las demás disposiciones reglamentarias previstas en el mismo.

Que la SECRETARÍA LEGAL Y TÉCNICA ha tomado la intervención de su competencia.

Que el CONSEJO del DEPARTAMENTO DE CIENCIAS APLICADAS Y TECNOLOGÍA, en Sesión Ordinaria N° 01/26 de fecha 26 de febrero de 2026, trató y aprobó la decisión propiciada, conforme lo establecido en el artículo 2º de la Parte I del REGLAMENTO GENERAL ACADÉMICO.

Por ello,

**EL CONSEJO DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS APLICADAS Y
TECNOLOGÍA de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO
DISPONE:**

ARTÍCULO 1º.- Aprobar el Programa de la Asignatura DISEÑO ESTRATÉGICO, INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO I (240042), del ÁREA: DESARROLLO CIENTÍFICO TECNOLÓGICO, correspondiente al CICLO DE FORMACIÓN PROFESIONAL de las Carreras DISEÑO de INDUMENTARIA, DISEÑO INDUSTRIAL, DISEÑO EN COMUNICACIÓN VISUAL y DISEÑO MULTIMEDIAL del DEPARTAMENTO DE CIENCIAS APLICADAS Y TECNOLOGÍA, de esta UNIVERSIDAD, con vigencia a partir del 1er. cuatrimestre del Ciclo Lectivo 2026, el que como Anexo I forma parte integrante de la presente Disposición.

ARTÍCULO 2º.- Regístrese, comuníquese, dese a la SECRETARÍA ACADÉMICA a sus efectos y archívese. -

Fdo.: Arqta. María Liliana TARAMASSO. DIRECTORA DECANA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO

PROGRAMA ASIGNATURA: DISEÑO ESTRATÉGICO, INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO I (240042)

Carrera: DISEÑO de INDUMENTARIA (Plan de estudios aprobado por Resolución UNM-CS N°953/22 y su modificatoria UNM-CS N°1043/23)¹

Carrera: Diseño INDUSTRIAL (Plan de estudios aprobado por Resolución UNM-CS N°952/22 y su modificatoria UNM-CS N° 1.042/23)²

Carrera: DISEÑO en COMUNICACIÓN VISUAL (Plan de estudios aprobado por Resolución UNM-CS N°954/22 y su modificatoria UNM-CS N° 1.044/23)³

Carrera: DISEÑO MULTIMEDIAL (Plan de estudios aprobado por Resolución UNM-CS N°955/22 y su modificatoria UNM-R N° 51/23)⁴

Área: Desarrollo Científico Tecnológico

Trayecto Curricular: Ciclo de Formación Profesional

Período: 1° Cuatrimestre – Año 4

Modalidades: Virtual con encuentros presenciales

Carga Horaria: 64 (sesenta y cuatro) horas hasta un máximo de 48 (cuarenta y ocho) horas virtuales.

Vigencia: a partir del 1^{er} Cuatrimestre 2026

Clases: 16 (dieciséis)

Régimen: Regularidad o Libre

Responsable de la asignatura: Noelia Marianela Jauregui

Programa elaborado por: Patricia Jablonka y Nicolás Arturi

Fundamentación:

La asignatura introduce a las y los estudiantes en los marcos conceptuales, metodológicos y operativos del diseño estratégico aplicado a empresas, organizaciones y unidades productivas. Se articula el análisis del entorno, las cadenas de valor, el planeamiento estratégico y la innovación centrada en las personas como enfoque de resolución de problemas complejos y creación de valor.

Haciendo hincapié en la mirada territorial, se busca preparar a las/os futuras/os profesionales para formular e implementar estrategias de diseño aplicadas a problemas sistémicos, promoviendo resultados positivos para personas y organizaciones. Para ello se incorporan elementos de análisis económico, comunicacional, etnográfico y sociológico.

La asignatura propone que las/os estudiantes puedan identificar los principales elementos del Diseño Estratégico, explicar sus etapas y herramientas fundamentales, y elaborar diagnósticos y trayectos básicos con los recursos incorporados.

Asimismo, la asignatura busca introducir una comprensión transversal de cómo el diseño estratégico articula múltiples dimensiones —económicas, sociales, comunicacionales y productivas— para generar soluciones integrales. Por otra parte, esta no se limita a

¹ Reconocimiento oficial y validez nacional del título otorgado por RESOL-2024-989-APN-SE#MCH

² Reconocimiento oficial y validez nacional del título otorgado por RESOL-2025-51-APN-SE#MCH

³ Reconocimiento oficial y validez nacional del título otorgado por Resolución ME N° 2833/23

⁴ Reconocimiento oficial y validez nacional otorgado por Resolución SE – MCH N°544/2024

enseñar herramientas, sino a formar una manera de pensar que permita identificar patrones, anticipar escenarios y abordar desafíos con un enfoque holístico.

De este modo, se prepara a los y las estudiantes para actuar en contextos reales donde las decisiones deben considerar simultáneamente variables técnicas, humanas e institucionales.

La asignatura contribuye a la formación del perfil profesional del/la egresado/a, brindando herramientas para la intervención estratégica en organizaciones públicas, privadas y del tercer sector, fortaleciendo capacidades de análisis, diseño, comunicación y toma de decisiones en contextos complejos y cambiantes.

Objetivos Generales:

- Introducir nociones sobre conocimiento y planificación estratégica adaptada a diferentes tipos de empresas y unidades de negocio.
- Incorporar herramientas que determinen la acción adecuada en los procesos de análisis estratégico.
- Implementar herramientas que faciliten la proyección de propuestas estratégicas en diversas unidades productivas.

Contenidos Mínimos:

Herramientas del diseño estratégico. Introducción al mundo de negocios: visión de negocios. Entorno y estrategia. Cadenas de valor. Proceso de planeamiento y ejecución estratégica. Design Thinking. La innovación como elemento del plan estratégico. Transformación y propuesta de valor en unidades productivas.

Programa:

Unidad 1 – Fundamentos del Diseño Estratégico. Pensamiento estratégico: visión, misión, objetivos. Introducción a los modelos de negocio. Análisis del entorno (PESTEL / 5 fuerzas / stakeholders). Cadena de valor y mapas de actores.

Unidad 2 – Innovación y Diseño. Design Thinking: empatía, definición, ideación. Mapa de experiencia del usuario. Problemas wicked o de múltiple solución y oportunidades estratégicas. Priorización de oportunidades (matrices, criterios, viabilidad).

Unidad 3 – Planificación Estratégica. Planeamiento estratégico: objetivos, iniciativas, cronogramas. **Comunicación estratégica del proyecto** -narrativa del diagnóstico- Storytelling de la propuesta -comunicación interna y externa de la estrategia. Propuesta de valor final. KPIs iniciales y tablero base. Narrativa del proyecto estratégico.

Bibliografía

BARNEY, J., & HESTERLY, W. (2022). Strategic Management and Competitive Advantage (7th Ed.). Pearson.

BROWN, T. (2009). *Change by Design Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2020). Value Proposition Design: Updated Edition. Wiley.

GARCÍA LÓPEZ, M (2007) Publicidad institucional. Una necesaria reflexión a contracorriente. Revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación, ISSN 1696-2079, N°. 4, 2007, págs. 291-306

GRANT, R. (2021). Contemporary Strategy Analysis (11th Ed.). Wiley.

KOLKO, J. (2020). Well-Designed: How to Use Empathy to Create Products People Love. Harvard Business Review Press.

KOTLER, P. & KELLER, K. (2016). Dirección de Marketing

MEN, L. R., & BOWEN, S. (2021). Excellence in Internal Communication Management. Business Expert Press.

LIEDTKA, J., & OGILVIE, T. (2020). The Designing for Growth Field Book: A Step-by-Step Project Guide. Columbia Business School Publishing.

MCGRATH, R. (2020). Seeing Around Corners: How to Spot Inflection Points in Business Before They Happen. HBR Press.

NORMAN, D. (2023). Design for a Better World: Meaningful, Sustainable, Humanity Centered. MIT Press.

OSTERWALDER, A. & PIGNEUR, Y. (2010). Business Model Generation Christensen, C. (2022). The Innovator's Dilemma – Updated Edition. Harvard Business Review Press.

REY LENNON y BÁRTOLI, (2020) Manual de la Comunicación en las Organizaciones <https://ediciones.reylennon.com.ar/?product=manual-de-comunicacion-en-las-organizaciones>

RIES, E. (2011). The Lean Startup

VAN RIEL, C. (2020). The Alignment Factor: Leveraging Strategic Communication for Improved Performance. Routledge.

Objetivos pedagógicos:

- Comprender las bases del pensamiento estratégico y su aplicación en procesos de innovación.
- Incorporar herramientas de análisis del entorno, diseño de modelos de negocio y planificación estratégica.
- Analizar estratégicamente una unidad productiva real.
- Aplicar herramientas de Design Thinking para relevar problemas y oportunidades.
- Diseñar una primera propuesta de valor y un plan estratégico preliminar.
- Desarrollar habilidades de comunicación estratégica para presentar diagnósticos, propuestas de valor, planes de acción y para incorporar integralmente en los diseños.

Metodología de trabajo:

La asignatura se desarrolla mediante clases teórico-prácticas con modalidad virtual, tanto sincrónica como asincrónicas, y encuentros presenciales obligatorios.

El eje metodológico se centra en el trabajo por proyectos, aplicados a unidades productivas u organizaciones reales o simuladas. Se promueve el trabajo grupal e individual, la participación, el análisis de casos, el uso de herramientas digitales y la construcción progresiva de un proyecto estratégico integrador.

Al tratarse de una asignatura con carga horaria a distancia, las clases teóricas se desarrollarán a través del campus virtual de la UNM y serán sincrónicas (presencialidad remota). Además, se utilizarán foros de consulta y/o de debate, cuestionarios online y/o distintos recursos que brinda la plataforma Moodle y/u otras aplicaciones educativas compatibles. Además, las clases virtuales asincrónicas se complementarán con distintos recursos: videos, lecturas recomendadas, foros de consulta, documentos colaborativos, intercambio escrito de resolución de problemas.

Evaluación y aprobación:

El/la estudiante regular será evaluado a través de 3 presentaciones parciales grupales, un Trabajo Final Integrador y una Evaluación Individual. Las presentaciones orales presenciales evaluarán la capacidad de comunicación estratégica, claridad del mensaje, construcción narrativa y uso de recursos visuales. Todas las instancias de evaluación referirán a temáticas abordadas en las clases, en la bibliografía obligatoria o en material complementario según se indique.

Los Criterios de evaluación serán coherencia del diagnóstico estratégico; integración teórica-práctica; viabilidad y consistencia de las propuestas; claridad comunicacional y construcción narrativa; uso adecuado de herramientas estratégicas y trabajo colaborativo y cumplimiento de plazos.

Las instancias de evaluación cuentan con una instancia de recuperación.

La participación, el trabajo en equipo y el cumplimiento de los plazos forman parte de los criterios de evaluación cualitativa.

Para la aprobación de la asignatura, se adoptan las siguientes modalidades:

— Por promoción directa

Para la aprobación de la asignatura por el Sistema de Promoción al finalizar el Curso Lectivo, el/la alumno/a deberá contar con los siguientes requisitos:

- a) Asistencia del 75% (ochenta por ciento) de las clases presenciales y sincrónicas.
- b) Aprobación del 100% (cien por ciento) de los parciales grupales, del trabajo Final Integrador y del examen final integrador individual con calificación 7 (siete) o superior

— Con examen final, como alumno regular

Cuando el/la alumno/a cumpla con los requisitos a, b y c, pero apruebe el parcial y los trabajos prácticos con calificación igual o mayor que 4 (cuatro) y menor que 7 (siete) podrá aprobar la asignatura mediante un examen final de acuerdo con la normativa de la UNM.

Por examen libre

De acuerdo con normativa vigente.

Hoja de firmas