

Transforma datos, investigación y creatividad  
en **soluciones de servicio alineadas a objetivos  
estratégicos y métricas de negocio.**

DIPLOMADO EN  
**Service Design**



**A DISTANCIA**



# PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA

PRESENTACIÓN  
DEL PROGRAMA

DETALLES  
DEL PROGRAMA

PLAN DE  
ESTUDIOS

CLAUSTRO  
ACADÉMICO

PROCESO DE  
INSCRIPCIÓN



## OBJETIVO

Optimiza la estrategia de tu organización al diseñar y optimizar servicios centrados en el usuario, utilizando metodologías de Service Design para crear experiencias efectivas y alineadas a objetivos estratégicos.

## ¿POR QUÉ ESTUDIAR ESTE PROGRAMA?

Este programa ofrece un enfoque de diseño estratégico esencial para la transformación organizacional. Te permitirá integrar los esfuerzos de diversas áreas, con el objetivo de crear una experiencia de servicio coherente y efectiva para el cliente. Serás parte de la segunda generación de este diplomado en dominar estas metodologías, aprendiendo de expertos para desarrollar soluciones que impacten directamente el negocio.

## LO QUE APRENDERÁS EN ESTA EXPERIENCIA



**Aplicarás la investigación para comprender profundamente al usuario.**



**Diseñarás estrategias centradas en el usuario como eje de negocio.**



**Mapearás experiencias y generarás blueprints de servicio.**



**Usarás técnicas de co-creación y creatividad para la solución de problemas.**



**Desarrollarás indicadores clave de desempeño (KPIs) para medir la experiencia.**



**Implementarás prototipos y validación de soluciones para reducir la incertidumbre y el riesgo.**

# PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA

PRESENTACIÓN  
DEL PROGRAMA

DETALLES  
DEL PROGRAMA

PLAN DE  
ESTUDIOS

CLAUSTRO  
ACADÉMICO

PROCESO DE  
INSCRIPCIÓN



## ¿PARA QUIÉN ES ESTE PROGRAMA?

Dirigido a mercadólogos, gerentes, freelancers y diseñadores que buscan **desarrollar nuevas formas estratégicas de negocio centradas en el usuario**, así como consultores estratégicos o personas en puestos de innovación.

## EN ALIANZA CON:

**Growi**  
Service Design

*Primera consultora estratégica enfocada en diseñar productos y servicios*

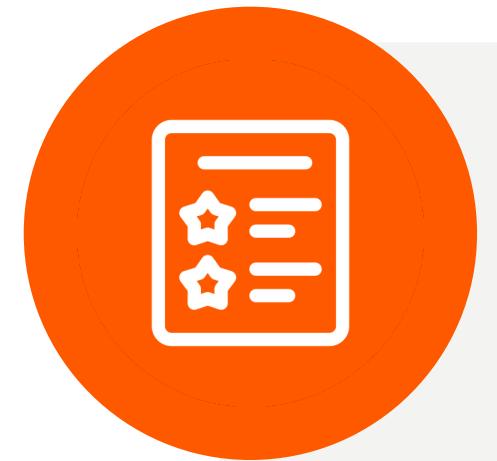
## COMPETENCIAS A DESARROLLAR



Investigar las necesidades del usuario.



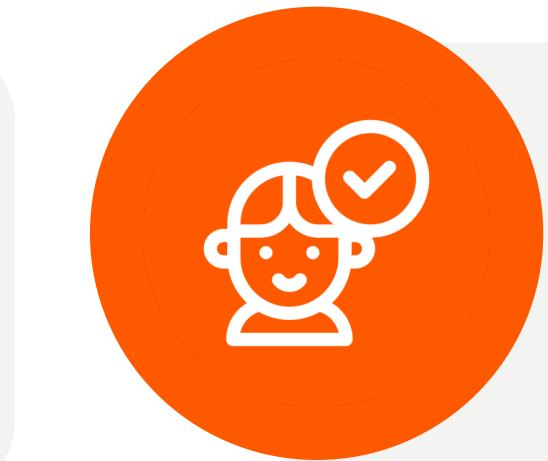
Diseñar estratégicamente soluciones de negocio.



Implementar mapeo de experiencias de servicio.



Definir KPIs de experiencia para seguimiento.



Aplicar Behavioral Design para influir en el comportamiento del usuario.

# DETALLES DEL PROGRAMA

PRESENTACIÓN  
DEL PROGRAMA

DETALLES DEL  
PROGRAMA

PLAN DE  
ESTUDIOS

CLAUSTRO  
ACADÉMICO

PROCESO DE  
INSCRIPCIÓN



Modalidad:

**A distancia**



Nivel:

**Introductorio**



Inversión:

**Inscripción de \$5,000 y 5 colegiaturas  
de \$5,600 MXN**



Duración:

**102 horas (5 meses)**



Módulos:

**6 módulos**



Horario:

**Martes y miércoles de 18:00 a  
21:00 hrs**



## M1

### Introducción al diseño de servicios

#### 1.1. Introducción

- 1.1.1. Por qué es tan relevante hablar de diseño de servicios.
- 1.1.2. Definición de diseño de servicios.
- 1.1.3. Componentes de la metodología de diseño de servicios.
- 1.1.4. Mentalidad para diseñar un servicio.
- 1.1.5. Caso de estudio.
- 1.2. El impacto en los negocios
- 1.2.1. Caso de estudio.
- 1.2.2. McKinsey Business value of design.
- 1.2.3. The new design frontier.
- 1.2.4. frog: The business value of design.

## M2

### Research & synthesis

#### 2.1. Metodologías de research

- 2.1.1. Definición de research cualitativo.
  - 2.1.2. Etapas del proceso en donde se implementan herramientas de research.
  - 2.1.3. Metodologías de research.
  - 2.1.4. Caso de estudio.
- 2.2. Research ops + Research plan
- 2.2.1. Elementos clave para planear una investigación.
  - 2.2.2. Herramientas para hacer segmentación de usuarios para research cualitativo.
  - 2.2.3. Elementos a considerar durante una investigación cualitativa: NDA, cartas de consentimiento, uso de datos personales.

#### 2.3. Entrevistas + Observación no participativa

- 2.3.1. Estructura de una entrevista.
- 2.3.2. Consideraciones para ejecutar una entrevista.
- 2.3.3. Herramientas para observación no participativa.
- 2.3.4. Consideraciones para ejecutar observación no participativa.
- 2.3.5. Actividad de práctica.

#### 2.4. Research generativo

- 2.4.1. Herramientas para diseñar un research generativo.
- 2.4.2. Consideraciones para ejecutar research generativo.
- 2.4.3. Actividad de práctica.

#### 2.5. Sesión de práctica

- 2.5.1. Espacio para que los alumnos ejecuten al menos dos herramientas de research cualitativo.

#### 2.6. Síntesis de información

- 2.6.1. Herramientas y marcos para hacer síntesis de información.
- 2.6.2. Jobs to be Done.
- 2.6.3. Actividad práctica con datos generados en sesión 5.

#### 2.7. Value proposition design

- 2.7.1. Definición de propuesta de valor.
- 2.7.2. Metodología para diseñar una PDV.
- 2.7.3. Actividad de práctica.

#### 2.8. Pitch de cierre

- 2.8.1. Presentación de avances y retroalimentación.

## M3

### Creatividad para la solución de problemas

#### 3.1. Sesión 1

- 3.1.1. Desarrollo de ambientes psicológicamente seguros para la creatividad.
- 3.1.2. Pensamiento lateral.
- 3.1.3. Tipología de las ideas.
- 3.1.4. ¿Qué es la ideación?
- 3.1.5. Técnica para el dominio de ideas descabezadas.

#### 3.2. Sesión 2

- 3.2.1. Problemas y la creatividad.
- 3.2.2. Técnica de ideación estructurada 1.
- 3.2.3. Técnica para análisis del problema.
- 3.2.4. Técnica para la enunciación de problemas.
- 3.2.5. Técnica para la reformulación de problemas.

#### 3.3. Sesión 3

- 3.3.1. La ideación en la investigación.
- 3.3.2. Técnica de ideación estructurada 2.
- 3.3.3. Evaluación de ideas.

#### 3.4. Sesión 4

- 3.4.1. Construcción de concepto integral.
- 3.4.2. Pitch de concepto integral.

## M4

### Journey mapping/blueprinting

#### 4.1. Journey mapping

- 4.1.1. Clase 1: Introducción a CJ
- 4.1.1.1. Qué es un CJ.
- 4.1.1.2. Por qué es importante un CJ.
- 4.1.1.3. Elementos de un CJ.
- 4.1.1.4. Current State vs Future State.
- 4.1.1.5. Ejercicio Sencillo todos juntos.
- 4.1.2. Clase 2: Fundamentos Customer Journey
- 4.1.2.1. Fundamentos de la investigación.
- 4.1.2.2. Taller Customer Journey.
- 4.1.3. Clase 3: Signature Moments
- 4.1.3.1. ¿Qué son Signature Moments?
- 4.1.3.2. La psicología de los signature moments.
- 4.1.3.3. Diseñando Signature Moments.
- 4.1.3.4. Taller: Crear signature moments en tu CJ.

#### 4.1.4. Clase 4: Bringing all together

- 4.1.4.1. Recap.
- 4.1.4.2. Finalizar/Revisar CJourneys.
- 4.1.4.3. Cómo presentar un CJ–Storytelling para comunicar insights y recomendaciones.
- 4.1.4.4. Puente a BluePrint (rebotar con Majo).
- 4.1.4.5. Reflexiones.

#### 4.2. Blueprinting

- 4.2.1. Clase 1: Introducción a los Service Blueprints
- 4.2.1.1. Definición y propósito de los service blueprints.
- 4.2.1.2. Building blocks: Entender los puntos de contacto, acciones visibles e invisibles, procesos de apoyo, líneas de interacción y visibilidad.

#### 4.2.1.3. Ejemplos básicos de blueprints en distintos sectores (retail, servicios financieros, tecnología).

4.2.1.4. Ejercicio individual: Identificar y mapear los componentes de un servicio sencillo, como pedir comida en un restaurante.

4.2.1.5. Discusión en equipo: ¿Qué procesos no visibles impactan la experiencia del cliente?

4.2.2. Clase 2: Investigación y Recolección de Datos para un Service Blueprint con Stakeholders para Habilitar un Servicio

4.2.2.1. Métodos para recolectar datos: entrevistas, observaciones y análisis de puntos de contacto.

# PLAN DE ESTUDIOS

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA

DETALLES DEL PROGRAMA

PLAN DE ESTUDIOS

CLAUSTRO ACADÉMICO

PROCESO DE INSCRIPCIÓN

- 4.2.2.2. Cómo recopilar información sobre la experiencia del cliente y procesos internos.
- 4.2.2.3. Importancia de la empatía y la perspectiva del usuario.
- 4.2.2.4. Seleccionar un servicio cotidiano (e.g., transporte público, banco, app de entrega).
- 4.2.2.5. Diseñar un esquema de preguntas para entrevistar a usuarios, empleados o stakeholders sobre sus experiencias.
- 4.2.3. Clase 3: Integrando la Experiencia del Cliente en el Service Blueprint
  - 4.2.3.1. Mapeo de la experiencia del cliente en un service blueprint.
  - 4.2.3.2. Identificar los touchpoints críticos y los Signature Moments.
  - 4.2.3.3. Introducción a herramientas digitales para diseñar blueprints (e.g., Miro o Mural).
  - 4.2.3.4. Dibujar un blueprint inicial basándose en un servicio seleccionado.

- 4.2.3.5. Identificar al menos un punto de mejora desde la perspectiva del cliente.
- 4.2.4. Clase 4: Visitando el Backstage: Hablemos de Procesos Internos y Sistemas de Apoyo
  - 4.2.4.1. Cómo mapear acciones invisibles y procesos de apoyo en el service blueprint.
  - 4.2.4.2. La conexión entre áreas operativas y la experiencia del cliente.
  - 4.2.4.3. Ejemplos de cómo fallos internos afectan la percepción del servicio.
  - 4.2.4.4. Completar el service blueprint del servicio elegido añadiendo procesos internos y sistemas de apoyo.
  - 4.2.4.5. Reflexionar sobre cómo las áreas operativas pueden mejorar la experiencia del cliente.
- 4.2.5. Clase 5: Identificación de Problemas y Oportunidades de Mejora
  - 4.2.5.1. Cómo usar un service blueprint para detectar cuellos de botella, redundancias, dead-ends y puntos críticos en el servicio.

- 4.2.5.2. Herramientas complementarias: Análisis de causa raíz y priorización de mejoras.
- 4.2.5.3. Identificar 2-3 problemas clave en el service blueprint desarrollado.
- 4.2.5.4. Diseñar una propuesta de solución para al menos uno de los problemas detectados, considerando recursos y limitaciones.
- 4.2.6. Clase 6: Presentación y Feedback de Proyectos
  - 4.2.6.1. Pautas para comunicar un service blueprint de manera efectiva.
  - 4.2.6.2. Cómo usar el feedback para iterar y mejorar el diseño del servicio.
  - 4.2.6.3. Presentación grupal del service blueprint final, incluyendo los problemas identificados y propuestas de mejora.
  - 4.2.6.4. Feedback colaborativo: Cada grupo recibe observaciones de sus compañeros e instructor para refinar su trabajo.

## M5

### Experimentación: Mentalidad, prototipos y métricas

#### 5.1. Semana 1

- 5.1.1. Mentalidad de experimentación.
- 5.2. Semana 2
- 5.2.1. Prototipos y tipologías.
- 5.3. Semana 3
- 5.3.1. Métricas y Modelo de Medición.
- 5.4. Semana 4
- 5.4.1. Supuestos e hipótesis.
- 5.5. Semana 5
- 5.5.1. Reporte de Experimentos: Insights y Resultados.

## M6

### Behavioral Design

#### 6.1. Sesión 1

- 6.1.1. Intro a Behavioral Science y a Behavioral Design.
- 6.1.2. Lente conductual para Service Design.
- 6.1.3. Marco 3B.
- 6.2. Sesión 2
- 6.2.1. Diagnóstico y análisis conductual.
- 6.2.2. COM-B para entendimiento de barreras.
- 6.3. Sesión 3
- 6.3.1. Behavioral Diagnosis.
- 6.3.2. Behavioral Mapping.
- 6.3.3. MINDSPACE para diseño de soluciones.
- 6.4. Sesión 4
- 6.4.1. Experimentación en Behavioral Design.

# CLAUSTRO ACADÉMICO

PRESENTACIÓN  
DEL PROGRAMA

DETALLES  
DEL PROGRAMA

PLAN DE  
ESTUDIOS

CLAUSTRO  
ACADÉMICO

PROCESO DE  
INSCRIPCIÓN



# CLAUSTRO ACADEMICO

PRESENTACIÓN  
DEL PROGRAMA

DETALLES  
DEL PROGRAMA

PLAN DE  
ESTUDIOS

CLAUSTRO  
ACADEMICO

PROCESO DE  
INSCRIPCIÓN



# CLAUSTRO ACADEMICO

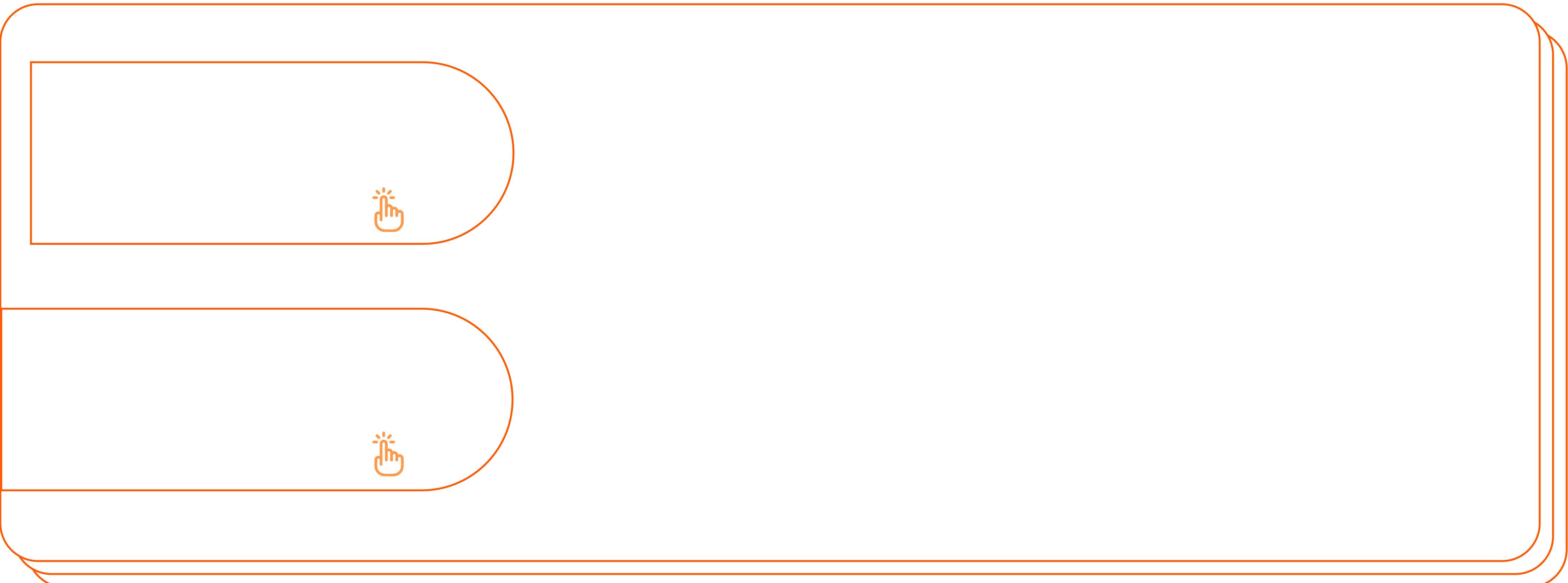
PRESENTACIÓN  
DEL PROGRAMA

DETALLES  
DEL PROGRAMA

PLAN DE  
ESTUDIOS

CLAUSTRO  
ACADEMICO

PROCESO DE  
INSCRIPCIÓN



# SOBRE LA ANÁHUAC MAYAB



Con **más de 40 años de trayectoria**, en la **Universidad Anáhuac Mayab** hemos trabajado de manera constante para ofrecerte los mejores programas educativos en la región, diseñando contenidos que responden a las demandas actuales de nuestra sociedad.

Nuestros programas de **Educación Continua** incluyen una amplia variedad de opciones que abarcan desde **conocimientos técnicos en áreas especializadas hasta el desarrollo de habilidades blandas, como liderazgo, comunicación y trabajo en equipo**, asegurando que complementes tu perfil profesional con herramientas de alto valor y conexiones que impulsarán tu crecimiento personal y profesional.

## CONOCE NUESTRAS CERTIFICACIONES.

Miembros de:

**uni>ersia**

**edX**<sup>®</sup>

Acreditados por:



# PROCESO DE INSCRIPCIÓN

PRESENTACIÓN  
DEL PROGRAMA

DETALLES DEL  
PROGRAMA

PLAN DE  
ESTUDIOS

CLAUSTRO  
ACADÉMICO

PROCESO DE  
INSCRIPCIÓN

**1**

Entra a nuestra página:  
**merida.anahuac.mx**  
**/educacion-continua** 

**2**

Encuentra el  
programa de  
tu preferencia.

**3**

Clic al botón  
**«Inscríbete  
ahora»**, el cual te  
redireccionará a  
nuestra plataforma  
de pagos.

**4**

Crea tu cuenta  
con los datos:  
Nombre, correo  
electrónico y  
teléfono.

**5**

Realiza el pago  
de tu inscripción  
al programa  
educativo.

/educacion-co



Selecciona... 

Inscríbete ahora 

Nombre 

Pagar 

Continua tu  
**crecimiento  
profesional**



## ADRIANA PINTO

- 📞 **TEL/** (999) 942 48 00 **EXT/** 1616
- ✉️ **MAIL/** [adriana.pinto@anahuac.mx](mailto:adriana.pinto@anahuac.mx)
- 🔗 **WEB/** [merida.anahuac.mx/educacion-continua](http://merida.anahuac.mx/educacion-continua)