

**University of Puerto Rico  
Rio Piedras Campus  
College of Business Administration  
Business Communication Department**

**SYLLABUS**

<b>TITLE</b>	:	<b>Design Thinking &amp; Storytelling for Business Communication</b>
<b>CODE</b>	:	INCO 4103
<b>HOURS/CREDITS</b>	:	45 hours / 3 credits
<b>PREREQUISITES:</b>	:	None
<b>COURSE DESCRIPTION:</b>		
<p>A design thinking and storytelling course to create innovative, effective, and sustainable solutions for business communication in the technological savvy workplace. The course focuses qualitative research skills, business communication and oral narrative creation skills.</p> <p>Face-to-face, hybrid and online course.</p>		
<b>LEARNING OBJECTIVES:</b>		
<p>By the end of the course students will be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Use the skills of narrative storytelling to deliver presentations.</li> <li>2. Integrate the use of mobile technology integrated diverse technologies to collect and analyze data.</li> <li>3. Integrate diverse communication channels to disseminate research findings.</li> <li>4. Discuss the mindsets and methods of human-centered design to solve current <sup>[L]</sup><sub>[SEP]</sub> problems and challenges.</li> <li>5. Practice the methods of human-centered design to become an effective, innovative <sup>[L]</sup><sub>[SEP]</sub> problem solver.</li> <li>6. Conduct qualitative fieldwork to solve a design challenge using qualitative data <sup>[L]</sup><sub>[SEP]</sub> gathering methods and techniques.</li> <li>7. Conduct qualitative data analysis as the basis of creating a solution.</li> <li>8. Practice-interviewing skills, observation skills, prototyping and testing solutions. <sup>[L]</sup><sub>[SEP]</sub></li> <li>9. Develop stories, especially personal and business stories, as a part of their <sup>[L]</sup><sub>[SEP]</sub> communication toolkit. <sup>[L]</sup><sub>[SEP]</sub></li> </ol>		

10. Apply storytelling communication techniques to tell business stories.  
 11. Apply a 5-step process to integrate story into presentations for change.

**CONTENT OUTLINE & TIME DISTRIBUTION:**

Topics	Time Distribution		
	Face to face	Hybrid	Online
General introduction to course	3 hours	3 hours face to face	3 hours
Storytelling	6 hours	6 hours face to face	6 hours
Design thinking.	6 hours	6 hours (3 hours face to face 3 hours online)	6 hours
Exams	3 hours	3 hours	3 hours
Human centered design research process and fieldwork	9 hours	9 hours online	9 hours
Ideation	3 hours	3 hours online	3 hours
Prototyping	3 hours	3 hours online	3 hours
Presentation design	6 hours	6 hours online	6 hours
Project presentation.	6 hours	6 hours online	6 hours
<b>Total Contact Hours</b>	<b>45 hours</b>	<b>45 hours</b> (12 hours face to face = 25% & 33 hours online = 75%)	<b>45 hours</b>

**Suggested Textbooks:**

IDEO. (2015) *The Field Guide to Human-Centered Design Design Kit*. IDEO

Readings: Selected and assigned each semester according to relevance of topics.

**INSTRUCTIONAL TECHNIQUES:**

Face to face	Hybrid	Online
--------------	--------	--------

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lectures</li> <li>• Readings</li> <li>• Group projects</li> <li>• Fieldwork</li> <li>• Individual assignments</li> <li>• Measurement activities</li> <li>• Hands on activities</li> <li>• Oral presentations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Online instructional modules</li> <li>• Online readings: Academic Journal</li> <li>• Fieldwork</li> <li>• Instructional Videos</li> <li>• Group projects</li> <li>• Individual assignments</li> <li>• Measurement activities</li> <li>• Hands on activities</li> <li>• Oral presentations</li> <li>• Synchronous and asynchronous videoconferences</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interactive instructional modules</li> <li>• Online readings: Academic Journal</li> <li>• Virtual Fieldwork</li> <li>• Instructional Videos</li> <li>• Group projects</li> <li>• Individual Assignments</li> <li>• Measurement activities</li> <li>• Hands on activities</li> <li>• Oral Presentations</li> <li>• Synchronous and asynchronous videoconferences</li> </ul>
--	--	---

**RECURSOS MÍNIMOS DISPONIBLES O REQUERIDOS:**

<b>Resources/Equipment</b>	<b>Face to face</b>	<b>Hybrid</b>	<b>Online</b>
Institutional Learning Management System (e.g. Moodle, MS Teams, Google Meet)	Institution	Institution	Institution
Organizational email (upr.edu)	Institution	Institution	Institution
Computer, tablet or smartphone with high-speed access to the internet or data plan.	Student	Student	Student
Software (MS Office, Google Suite)	Student	Student	Student
Speakers	NA	Student	Student
Webcam and Microphone or Smartphone with camera and data plan	NA	Student	Student

**EVALUATION TECHNIQUES:**

<b>Face to face</b>	<b>Hybrid</b>	<b>Online</b>
---------------------	---------------	---------------

Homework ..... 10%	Homework ..... 10%	Homework ..... 10%
Exams..... 30%	Exams..... 20%	Exams..... 20%
Portfolio ..... 10%	Portfolio ..... 10%	Portfolio ..... 10%
Oral Presentations.....20%	Oral Presentations.....20%	Oral Presentations..... 20%
Cases..... 10%	Cases..... 10%	Cases... ..... 10%
Research Group Projects .20%	Research Group Projects .....20%	Research Group Projects .....20%
	Synchronous meetings ....10%	Synchronous meetings ....10%
<b>Total... .....100%</b>	<b>Total... .....100%</b>	<b>Total..... 100%</b>

### ACOMODO RAZONABLE:

La Universidad de Puerto Rico (UPR) reconoce el derecho que tienen los estudiantes con impedimentos a una educación post secundaria inclusiva, equitativa y comparable. Conforme a su política hacia los estudiantes con impedimentos, fundamentada en la legislación federal y estatal, todo estudiante cualificado con impedimentos, tiene derecho a la igual participación de aquellos servicios, programas y actividades que están disponibles de naturaleza física, mental o sensorial y que por ello se ha afectado, sustancialmente, una o más actividades principales de la vida como lo es su área de estudios post secundarios, tiene derecho a recibir acomodos o modificaciones razonables. De usted requerir acomodo o modificación razonable en este curso, debe notificarlo al profesor sobre el mismo, sin necesidad de divulgar su condición o diagnóstico. De manera simultánea, debe solicitar a la Oficina de Servicios a Estudiantes con Impedimentos (OSEI) de la unidad o Recinto, en forma expedita, su necesidad de modificación o acomodo razonable.

### INTEGRIDAD ACADÉMICA

La Universidad de Puerto Rico promueve los más altos estándares de integridad académica y científica. El Artículo 6.2 del Reglamento General de Estudiantes de la UPR (Certificación Núm. 13, 2009-2010, de la Junta de Síndicos) establece que “la deshonestidad académica incluye, pero no se limita a: acciones fraudulentas, la obtención de notas o grados académicos valiéndose de falsas o fraudulentas simulaciones, copiar total o parcialmente la labor académica de otra persona, plagiar total o parcialmente el trabajo de otra persona, copiar total o parcialmente las respuestas de otra persona a las preguntas de un examen, haciendo o consiguiendo que otro tome en su nombre cualquier prueba o examen oral o escrito, así como la ayuda o facilitación para que otra persona incurra en la referida conducta”. Cualquiera de estas acciones estará sujeta a sanciones disciplinarias en conformidad con el procedimiento disciplinario establecido en el Reglamento General de Estudiantes de la UPR vigente.

**Para velar por la integridad y seguridad de los datos de los usuarios, todo curso híbrido, a distancia y en línea deberá ofrecerse mediante la plataforma institucional de gestión de aprendizaje, la cual utiliza protocolos seguros de conexión y autenticación. El sistema autentica la identidad del usuario utilizando el nombre de usuario y contraseña asignados en su cuenta institucional. El usuario es responsable de mantener segura, proteger, y no compartir su contraseña con otras personas.**

## **POLÍTICA Y PROCEDIMIENTO PARA EL MANEJO DE SITUACIONES DE DISCRIMEN POR SEXO O GÉNERO EN LA UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO**

La Universidad de Puerto Rico (Universidad), como institución educativa y centro laboral, tiene como norte proteger los derechos y ofrecer un ambiente seguro a todas las personas que interactúan con la institución, ya sean estudiantes, empleados, contratistas y/o visitantes (en adelante “personas concernidas”). En atención a ello, se promulga la presente Política por virtud de la Certificación 107, JG 2021-2022, con el fin de promover un ambiente de respeto a la diversidad y los derechos de los integrantes de la comunidad universitaria. Se establece el protocolo, para el manejo de situaciones relacionadas con las siguientes conductas prohibidas: discrimen por razón de sexo, género, o embarazo, hostigamiento sexual, violencia sexual, violencia doméstica, violencia en cita y acecho, (en adelante, «las conductas prohibidas»), en el ambiente de trabajo y estudio.

## **PLAN DE CONTINGENCIA EN CASO DE UNA EMERGENCIA**

Si se da una circunstancia inusual, de emergencia, que tal vez incluso impida la reunión con los estudiantes, no importa la modalidad, el profesorado se comunicará vía correo electrónico institucional para coordinar la continuidad del ofrecimiento de curso.

## **GRADING SYSTEM**

A B C D F

## **BIBLIOGRAPHY**

- Birdrnbach, R. (2018). *Unleash the Power of Storytelling: Win Hearts, Change Minds, Get Results* . Eastlawn Media.
- Brown, T., & Katz, B. (2019). *Change by design how design thinking can transform organizations and inspire innovation*. New York, NY: HarperCollins Publishers.
- Curedale, R. (2019) *Design Thinking Process & Methods 5th Edition 5th Edition*. Design Community College .
- Donovan, J. (2012). *How to deliver a TED talk: Secrets of the world's most inspiring presentations*. Boston, MA, United States: CreateSpace].
- Duarte, N., (2019). *Datastory : Explain Data And Inspire Action Through Story*. Influential Marketing Group.
- Gallo, C. (2014). *Talk like TED: The 9 public speaking secrets of the world's top minds*. New York, NY, United States: St. Martin's Press.

Greenberg, D., McKone-Sweet, K., Wilson, J. H., & Babson, F. (2011). *The new entrepreneurial leader: Developing leaders who shape social and economic opportunity*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers.

Hair, J.; Page, M.; Brunsveld, N., (2019) *Essentials of Business Research Methods* 4<sup>th</sup> Edition. Routledge.

Hall, K. (2019) *Stories That Stick: How Storytelling Can Captivate Customers, Influence Audiences, and Transform Your Business*. Harper Collins.

IDEO (Firm) (2015). *The field guide to human-centered design: Design kit*. IDEO.

Lewrick, M., Link, P. (2018). *The Design Thinking Playbook: Mindful Digital Transformation of Teams, Products, Services, Businesses and Ecosystems*. Wiley.

Mootee, I. (2013). *Design thinking for strategic innovation: What they can't teach you at business or design school*. United States: John Wiley & Sons.

Myers, M. D. (2008). *Qualitative research in business and management*. Los Angeles: SAGE Publications.

Schindler, P. (2018) *Business Research Methods*. McGraw-Hill.

#### **Electronic references:**

Cortés Selva, L. et al (2018). *Improving University student's results: a client- based experiment through design thinking and visual storytelling in communication*. <http://193.147.26.104/handle/10952/3777>

Koppen, E., Schmiedgen, J., Rhinow, H., Meinel(2016). *Thisisdesignthinking.net: A storytelling-project*. [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-40382-3\\_2](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-40382-3_2)

Lugmayr, A., Sutinen, E., Suhonen, J. et al. *Serious storytelling – a first definition and review*. *Multimed Tools Appl* **76**, 15707–15733 (2017). <https://doi.org/10.1007/s11042-016-3865-5>

Ollove, M., Lteif, D.(2017). *Integrating systems thinking and storytelling*. <https://journals.hioa.no/index.php/formakademisk/article/view/874>

Stork, M.G. *Supporting Twenty-First Century Competencies Using Robots and Digital Storytelling*. *J Form Des Learn* **4**, 43–50 (2020). <https://doi.org/10.1007/s41686-019-00039-w>

#### **Electronic Resources Online**

[www.duarte.com](http://www.duarte.com)

[www.ideo.org](http://www.ideo.org)

[www.Designkit.org](http://www.Designkit.org)

[www.Interaction-design.org](http://www.Interaction-design.org)

[www.strategyzer.com](http://www.strategyzer.com)

### **Available Software**

MS Office  
MS Teams  
MS Azure  
Moodle  
Google Classroom  
Google Apps for Education

### **Nota**

1. Las personas matriculadas en esta clase tienen el derecho a la inclusión, la equidad y a que se les llame por el nombre de su preferencia, independientemente de su género.

Revised: January 2024