TecnoCampus
Escola Superior
de Ciències Socials i de l'Empresa

Centre adscrit a la
upf. Universitat Pompeu Fabra Barcelona

MÁSTER UNIVERSITARIO EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

8001 - INNOVACIÓN, EMPRENDEDURÍA Y GESTIÓN ESTRATÉGICA

Información general

- Tipo de asignatura : Básica
- Coordinador : Giovanni Giusti
- Curso: Primero
- Trimestre: Primero
- Créditos: 6
- Profesorado:
  - Matilde Inés Martínez Casanovas <mmartinezca@tecnocampus.cat>
  - Antoni Flores Horcas <c.martin@cn-company.com>
  - Giovanni Giusti <ggiusti@tecnocampus.cat>
  - Hugo Pardo Kuklinski <hpardo@tecnocampus.cat>
  - Matilde Inés Martínez Casanovas <mmartinezca@tecnocampus.cat>

Idiomas de impartición

- Castellano
- Inglès

Competencias que se trabajan

Básica

- B1_Poseer 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
- B2_Que los estudiantes sepan 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
- B4_Que los estudiantes sepan 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
- B5_Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

General

- G2_Aplicar herramientas y metodologías que facilitan el pensamiento creativo e innovador en las situaciones cotidianas ligadas en el entorno de los negocios
- G3_Analizar los entornos de negocio, locales y globales, con el fin de detectar nuevas oportunidades de mercado susceptibles de ser transformadas en productos comerciales

- G4_Gestionar estratégicamente los procesos de innovación empresarial desde el diagnóstico hasta su aplicación siendo capaz de alinear recursos, capacidades y habilidades para ponerlos en práctica

Transversal

- T2_Liderar un equipo y trabajar equipos multidisciplinarios, participando activamente en las tareas y negociando ante opiniones discrepantes hasta llegar a posiciones de consenso

Descripción

El objetivo general es aportar una visión holística de la Innovación y adquirir los conocimientos, habilidades y competencias básicas para desarrollar proyectos empresariales innovadores des de la creación a la comercialización mediante el trabajo colaborativo y herramientas innovadores.

Resultados de aprendizaje

Buscar, analizar y evaluar oportunidades que pueden ser transformadas en negocios viables.

Desarrollar de manera creativa procesos innovadores y de diseñar nuevos conceptos de negocios y / o productos.

Metodología de trabajo

La metodología de trabajo combinará de manera experiencial teorías y metodologías en relación a la creatividad y la innovación, su aplicación en los diferentes ámbitos personales, sociales, y especialmente organizacionales. Esta metodología experiencial se combinará con dinámicas y ejercicios prácticos para aprender los detalles de la puesta en acción de este tipo de enfoques para la innovación y la creatividad. Los alumnos irán avanzando a través de diferentes actividades propuestas:

- Dinámicas experienciales
- Clases prácticas con metodología de caso
- Clases prácticas con metodologías de role play, business case…
- Resolución de casos individuales o en grupo, exposiciones en grupo en clases, creación de debates participativos y turnos de preguntas
- Trabajo en grupos de análisis y síntesis de temáticas relacionadas con la materia

Contenidos

1. **Introducción a la asignatura**
    1. Introducción
    2. El concepto de la Innovación
    3. El proceso de la Innovación
    4. Tipos de Innovación
    5. Diferencia entre mejora e innovación
2. **Puesta en práctica de la Metodología 'Design Thinking' aplicada al emprendedor**
    1. Benchmarking
        - Definición del problema a resolver
        - Organización de equipos
        - Estudio de buenas prácticas
    2. Divergencia - Convergencia de ideas
        - Generación de ideas
        - Selección de ideas
    3. Prototipado con usuario
3. **Introducción a la Gestión de la Innovación**
    1. Conceptos básicos y esquema general de la innovación
    2. Introducción a la planificación y ejecución de la innovación
    3. Introducción a la explotación de las innovaciones internas y ayudas a la innovación
    4. Introducción a la comercialización de la innovación.
4. **Innovación en producto orientada al mercado**
    1. Una visión transversal de aproximación al mercado
    2. Cómo detectar y estructurar las oportunidades
        - Las tres esferas del conocimiento aplicado
    3. Cómo explotar las oportunidades

        - El puzzle de oportunidad
        - El proyecto, las fases, herramientas y la oportunidad
    4. Cómo estructurar nuevas categorías de producto y servicio
        - La herramienta *Knowledge Stock*
5. **La filosofía de Innovación desde el mercado**
    1. La orientación al mercado como factor de éxito en el proceso de innovación
    2. La importancia para la empresa de entender al cliente
    3. Las consecuencias de la falta de orientación al mercado
    4. El concepto de 'insight' del cliente y métodos habituales para descubrir nuevos 'insights' del cliente
    5. Herramientas etnográficas para entender qué desean los clientes
    6. La observación como nuevo enfoque para descubrir 'insights' y detectar nuevas necesidades del cliente
    7. Metodologías concretas de observación

Actividades de aprendizaje

Seminarios: Formato presencial en pequeños grupos de trabajo (entre 14 y 40). Son sesiones relacionadas a las sesiones presenciales de la asignatura que permiten ofrecer una perspectiva práctica de la asignatura y en la que la participación del estudiante es clave.

Estudio de casos: Dinámica que parte del estudio de un caso, que sirve para contextualizar al estudiante en una situación en concreto, el profesor puede proponer diferentes actividades, tanto a nivel individual como en grupo, entre sus estudiantes. sesiones teóricas

Clase magistral: Sesiones de clase expositivas basadas en la explicación del profesor en la que asisten todos los estudiantes matriculados en la asignatura

Resolución de ejercicios y problemas: Actividad no presencial dedicada a la resolución de ejercicios prácticos a partir de los datos suministrados por el profesor

Sistema de evaluación

Sistema de evaluación:

SE1. Participación en las actividades planteadas dentro del aula	20%
SE2. Trabajos individuales y/o en grupo	20%
SE3. Exposiciones	20%
SE4. Seminarios	40%

Recursos

Básicos

Bibliografías

- Cidem (2002) "Guia de gestió de la innovació. Part I: Diagnosi", Generalitat de Catalunya (http://coneixement.accio.gencat.cat/web/portal/eines/-/custom_publisher/6UgO/27049182/Gestio-de-la-innovacio-diagnosi)
- Cidem (2002) "Guia de gestió de la inonvació. Part II: La gestió de projectes", Generalitat de Catalunya (http://coneixement.accio.gencat.cat/web/portal/eines/-/custom_publisher/6UgO/27049200/Gestio-de-projectes)
- Escorsa, P., Valls, J. (1996) Tecnología i Innovació a l'empresa . Direcció i gestió. Ed. UPC. Barcelona
- IDEO. Human Centered Design Toolkit. http://www.ideo.com/work/human-centered-design-toolkit/
- Rosenthal, S.R. and Capper, M. (2006). Ethnographies in the Front End: Designing for Enhanced Customer Experiences. Journal of Product Innovation Management 23(3):215–237
- Valls et al. (2012) Causas del fracaso de los emprendedores. Netbiblo S.L. https://www.redemprendia.org/sites/default/files/descargas/causas_de_fracaso_de_los_emprendedores.pdf

Complementarios

Bibliografías

- Beckman, S.L. and Barry, M. (2007) Innovation as a Learning Process: Embedding Design Thinking. California Management Review, 50, 25–56.

Brown, J.S., Duguid, P., "Organizational Learning and Communities of Practice : Toward a Unified View of Working, Learning and Innovation", Organization Science, Vol.2, N.1, 1991.

- Brown, Tim (2008). Design Thinking: Thinking like a designer can transform the way you develop your products, services, processes- and even strategy. Harvard Business Review.
- Brown, Tim (2009). Change by Design. How design thinking transforms organizations and inspires innovation. Harper Business. Nueva York. http://tinyurl.com/oljttez
- COTEC (2004) Análisis del proceso de innovación en las empresas de servicios
- Hamel, G., Prahalad, C.K., (1994) "Competing for the future", Harvard Business Review, Vol.72, N.4.
- Johnson, Steven (2010). Where Good Ideas Come From. The Natural history of Innovation. Riverhead Books. Nueva York.
- Pardo Kuklinski, Hugo (2014). Opportunity Valley. Lecciones <aún> no aprendidas de treinta años de contracultura digital. Outliers School. Barcelona. Capítulo 7. www.opportunityvalley.net