

PROGRAMA			
I.- DATOS GENERALES			
Nombre del curso:	Innovación Empresarial		
Código del curso:	00395	Clasificación Asignatura:	TA-8 Práctica curso taller
Número de Unidades Crédito:	3	Horas de acompañamiento docente (Teoría):	1
Coordinación Académica:	Administración de Empresas (ACAE)	Horas de acompañamiento docente (Práctica):	1
Escuela:	Escuela de administración y Contaduría (ADCO)	Horas de acompañamiento docente (Laboratorio):	N/A
Facultad	Ciencias Económicas y Sociales	Horas de Preparaduría:	N/A
Tipo de Evaluación:	Continua sin Examen de Reparación	Horas de trabajo independiente recomendado al estudiante:	3
Modalidad :	Presencial	Pre-requisitos:	N/A
Tipo de Asignatura:	Obligatoria	Régimen de Estudios:	Semestral
Ubicación de la asignatura:	7° semestre	Fecha de aprobación en Consejo de Facultad:	Junio 2018

II.- JUSTIFICACIÓN
<p>En las economías modernas y países desarrollados, el tema de la innovación es uno de los principales factores de competitividad de las empresas. Muchos asumen que innovar solo está asociado a la investigación y desarrollo de nuevos productos en grandes corporaciones o empresas de tecnologías; algunas empresas entienden que la innovación también va asociada a las mejores prácticas en procesos, administración y gestión de recursos, en gestión ambiental o responsabilidad social. Es conocido que para algunos sectores, la innovación se ha convertido en un factor imprescindible de supervivencia. Sin embargo, todavía para algunas organizaciones, especialmente las de menor tamaño, la innovación es sinónimo de complejidad y desconocimiento. Esta materia permite el desarrollo de las competencias generales de la UCAB así como de la competencia profesional "implementa estrategias innovadoras de marketing."</p>

III.- CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS	
Competencias Generales: (CG1) Aprender a trabajar con el otro: Interactúa con otros en situaciones diversas y complejas para alcanzar objetivos comunes, en un entorno donde el equilibrio de los roles: colaborador o líder y la fluidez comunicativa procuran resultados beneficiosos para todos.	
Unidad de competencia:	Criterios de desempeño:
(CG1-U1) Actúa eficazmente en nuevas situaciones: Utiliza recursos, medios y estrategias idóneas para responder a nuevas situaciones de modo adaptativo y valora las consecuencias de su acción para sí mismo y para el otro.	1. Identifica los cambios que ocurren en su entorno 2. Analiza las demandas y los recursos disponibles para afrontar la nueva situación 3. Propone diversas opciones para abordar nuevas situaciones 4. Ejecuta exitosamente acciones para afrontar nuevas situaciones 5. Valora el impacto de su acción en sí mismo y en otros
(CG1-U2) Actúa creativamente ante diversas situaciones: Crea y aplica, de manera personal y colectiva, alternativas novedosas, valiosas y eficaces para responder a diversas situaciones.	1. Identifica, personal o colectivamente, situaciones que requieren soluciones creativas 2. Propone opciones novedosas de solución 3. Analiza críticamente las opciones propuestas. 4. Aplica la solución de mayor beneficio-costos 5. Evalúa, individual o colectivamente, la solución aplicada en términos de novedad, valor y eficacia
Competencias Profesionales Comunes FACES: (CPCF1): Desarrolla la cultura emprendedora: Identifica oportunidades de emprendimiento, desarrolla propuestas de valor diferencial y formula proyectos sustentables.	
Unidad de competencia:	Criterios de desempeño:
(GS1-U1): Detecta oportunidades de emprendimiento y/o desarrollo de nuevos productos, procesos y organizaciones: Diagnostica los mercados e identifica oportunidades para diseñar propuestas innovadoras de valor a los grupos de interés.	1. Identifica las necesidades del entorno. 2. Reconoce oportunidades de emprendimiento 3. Desarrolla propuestas de valor para los grupos de interés. 4. Selecciona opciones convenientes para su implementación.
Competencias Profesionales: (CP1): Implementa estrategias innovadoras de marketing: Formula, ejecuta, controla y evalúa planes de marketing a productos y servicios así como a organizaciones que requieran generar valor y fidelidad entre sus clientes y consumidores	
Unidad de competencia:	Criterios de desempeño:
(CP1-U3): Desarrolla propuestas innovadoras e investiga los mercados para recabar información relevante: Realiza investigaciones de mercado que permitan recabar información para toma de decisiones relacionadas con bienes y servicios o	1. Determina herramientas apropiadas para realizar investigaciones cualitativas y cuantitativas 2. Identifica y considera las características del comportamiento del consumidor.

con la propia organización	3. Desarrolla propuestas innovadoras para la satisfacción de necesidades de los consumidores.
----------------------------	---

IV.- UNIDADES TEMÁTICAS	
I.- Innovación para la gestión empresarial.	Teoría de la Innovación corporativa. Concepto y mitos de la Innovación. Tipos y fuentes de innovación. Importancia de la innovación y el nuevo reto de las organizaciones. Metodologías de innovación: 4Ls , Lean Innovation, Agile Innovation. El método del discurso Pitch. Proceso de innovación. El embudo de innovación. Gestión de cambios y neurociencias aplicadas a la innovación. Exploración y visionamiento. Tendencias y vigilancia (corrientes de innovación) Agenda de innovación. Nuevos patrones en los modelos de negocio. Generación de escenarios alternativos. La vía disruptiva. Insights. Entendiendo las necesidades de los clientes: etnografía, detección y observación. Lentes de innovación. Six hat. Ideación. Resolución de problemas de forma creativa. La creatividad, el poder del pensamiento lateral y disruptivo en la ideación. Design Thinking.
II.- Innovación para la generación de valor.	Metodologías motoras del proceso creativo. Evaluación de ideas. Implementación: prototipos y pilotos. Venta Idea. Modelo Canvas. Indicadores de innovación. Gestión de la innovación.

V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE
<p>Actividades del Docente: Se recomienda promover en clases los procesos de análisis, conjeturas, comparaciones y argumentaciones a través del uso de preguntas guías para el desarrollo de los diferentes contenidos, sustentado en lecturas propias del área de estudio. Aplicar diferentes dinámicas de grupo como por ejemplo dinámicas lúdicas y simulaciones.</p> <p>Actividades del estudiante: En todas las sesiones de clase el estudiante deberá hacer lectura previa del material que va a ser desarrollado, a los fines de facilitar su comprensión a través del desarrollo de esquemas y resúmenes entre otros recursos.</p>

VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN
Al ser una asignatura de evaluación continua no se recomienda la aplicación de exámenes parciales. Las evaluaciones deben ser talleres, dinámicas grupales, quizes acompañados de controles de lectura y trabajos entregables. El producto ideal que debe generar un alumno en este curso es un "proyecto de innovación", por lo cual sería recomendable su exigencia. El porcentaje de cada actividad será definido por la cátedra y en su defecto por cada docente.

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS
<p>CARBALLO, R. Innovación y gestión del conocimiento. Edit. Díaz de Santos. México.2006</p> <p>SABBAGH, MACKINLAY. Método de la innovación creativa. Edit. Granica. 2011</p> <p>LUNA, PEZO. Cultura de la innovación y la gestión tecnológica para el desarrollo de los pueblos. Convenio Andrés Bello. 2005</p> <p>CHAN KIN, W. La estrategia del océano azul: cómo desarrollar un nuevo mercado. Grupo editorial Norma. 2005</p> <p>PLATTNER, MEINEL, LEIFER. Design Thinking: Understand, improve, apply. Springer. 2010</p>