

## PROGRAMA DE UNIDAD CURRICULAR

### I.-DATOS GENERALES

|                                 |  |  |                  |   |
|---------------------------------|--|--|------------------|---|
| Nombre de la Unidad Curricular: | Innovación Empresarial.                    |  |                  |   |
| Código de la Unidad Curricular: | ADCO - 00395                               | Categoría de la Unidad Curricular:                   | Escuela/Programa |   |
| Unidad de Gestión Académica:    | Administración y Contaduría                | Nivel:   | Pregrado         |   |
| Tipo de Evaluación:             | Continúa con reparación                    | N° de Unidades de Crédito :                          | 3                |   |
| Régimen:                        | Semestral                                  | N° Horas Semanales Trabajo Independiente (HTI) :     | 3                |   |
| Taxonomía:                      | TA6  | N° Horas Semanales de Acompañamiento Docente (HAD) : | Prácticas        | 1 |
| Modalidad:                      | Presencial                                 |  | Laboratorio      | 0 |
|                                 |  |  | Teóricas         | 1 |
| Instancia Aprobatoria :         | Facultad de Ciencias Económicas y Sociales | Fecha de Aprobación :                                | 28/01/2020       |   |

### II.-RESUMEN

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."

### III.-CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS

#### COMPETENCIAS GENERALES

#### APRENDER A TRABAJAR CON EL OTRO (CGENE003):

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:

Actúa eficazmente en nuevas situaciones (CGENE003U04):  
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.

#### CRITERIOS DE DESEMPEÑO:

Analiza las demandas y los recursos disponibles para afrontar la nueva situación.

Ejecuta exitosamente acciones para afrontar nuevas situaciones.

Identifica los cambios que ocurren en su entorno.

Propone diversas opciones para abordar nuevas situaciones.

Valora el impacto de su acción en sí mismo y en otros.

**UNIDAD DE COMPETENCIA:**

Actúa creativamente ante diversas situaciones (CGENE003U08):

Crea y aplica, de manera personal y colectiva, alternativas novedosas, valiosas y eficaces para responder a diversas situaciones.

**CRITERIOS DE DESEMPEÑO:**

Analiza críticamente las opciones propuestas.

Aplica la solución de mayor beneficio-costos.

Identifica, personal o colectivamente, situaciones que requieren soluciones creativas.

Propone opciones novedosas de solución.

**COMPETENCIAS PROFESIONALES**

**IMPLEMENTA ESTRATEGIAS INNOVADORAS DE MARKETING (CPROF065):**

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:**

Desarrolla propuestas innovadoras e investiga los mercados para recabar información relevante (CPROF065U03):

Realiza investigaciones de mercado que permitan recabar información para toma de decisiones relacionadas con bienes y servicios o con la propia organización.

**CRITERIOS DE DESEMPEÑO:**

Determina herramientas apropiadas para realizar investigaciones cualitativas y cuantitativas.

Identifica y considera las características del comportamiento del consumidor.

Obtiene información relevante para la fijación de políticas de marketing.

**DESARROLLA LA CULTURA EMPRENDEDORA (CPROF097):**

Identifica oportunidades de negocio, desarrolla propuestas de valor diferencial y formular y ejecuta proyectos sustentables.

**UNIDAD DE COMPETENCIA:**

Detecta oportunidades de emprendimiento y/o desarrollo de nuevos productos (CPROF097U01):

Diagnostica los mercados e identifica oportunidades para diseñar propuestas innovadoras de valor a los grupos de interés.

**CRITERIOS DE DESEMPEÑO:**

agnostica las necesidades del entorno.

entifica oportunidades de emprendimiento.

sarrolla propuestas de valor para los grupos de interés.

## **IV.UNIDADES TEMÁTICAS**

### **UNIDAD TEMÁTICA I**

INNOVACIÓN PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL.

#### **TEMA 1**

TEORÍA DE LA INNOVACIÓN CORPORATIVA.

#### **TEMA 2**

CONCEPTO Y MITOS DE LA INNOVACIÓN.

#### **TEMA 3**

TIPOS Y FUENTES DE INNOVACIÓN.

#### **TEMA 4**

IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN Y EL NUEVO RETO DE LAS ORGANIZACIONES.

#### **TEMA 5**

METODOLOGÍAS DE INNOVACIÓN: 4LS , LEAN INNOVATION, AGILE INNOVATION.

#### **TEMA 6**

EL MÉTODO DEL DISCURSO PITCH. PROCESO DE INNOVACIÓN.

#### **TEMA 7**

EL EMBUDO DE INNOVACIÓN.

#### **TEMA 8**

GESTIÓN DE CAMBIOS Y NEUROCIENCIAS APLICADAS A LA INNOVACIÓN.

#### **TEMA 9**

EXPLORACIÓN Y VISIONAMIENTO.

#### **TEMA 10**

TENDENCIAS Y VIGILANCIA (CORRIENTES DE INNOVACIÓN) AGENDA DE INNOVACIÓN.

#### **TEMA 11**

NUEVOS PATRONES EN LOS MODELOS DE NEGOCIO.

#### **TEMA 12**

GENERACIÓN DE ESCENARIOS ALTERNATIVOS.

#### **TEMA 13**

LA VÍA DISRUPTIVA. INSIGHTS.

**TEMA 14**

ENTENDIENDO LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES: ETNOGRAFÍA, DETECCIÓN Y OBSERVACIÓN.

**TEMA 15**

LENTE DE INNOVACIÓN.

**TEMA 16**

SIX HAT.

**TEMA 17**

IDEACIÓN.

**TEMA 18**

RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE FORMA CREATIVA. LA CREATIVIDAD, EL PODER DEL PENSAMIENTO LATERAL Y DISRUPTIVO EN LA IDEACIÓN.

**TEMA 19**

DESIGN THINKING.

**UNIDAD TEMÁTICA II**

INNOVACIÓN PARA LA GENERACIÓN DE VALOR.

**TEMA 1**

METODOLOGÍAS MOTORAS DEL PROCESO CREATIVO.

**TEMA 2**

EVALUACIÓN DE IDEAS.

**TEMA 3**

IMPLEMENTACIÓN: PROTOTIPOS Y PILOTOS.

**TEMA 4**

VENTA IDEA.

**TEMA 5**

MODELO CANVAS.

**TEMA 6**

INDICADORES DE INNOVACIÓN.

**TEMA 7**

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN.

**V.-ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE**

Actividades del Docente: Clase magistral sin/con apoyo audiovisual, Simulación de procesos, Estudio de casos y Uso de preguntas generadoras/preguntas guías.

Actividades del estudiante: Activa conocimiento previo, Participar en actividades de aprendizaje cooperativo (tormenta de ideas/focus group), Participa en la elaboración de ensayos y Responde cuestionarios propuestos por el docente.

## **VI.-ESTRATEGIA DE EVALUACIÓN**

Al ser una asignatura de evaluación continua no se recomienda la aplicación de exámenes parciales. Las evaluaciones deben ser talleres, dinámicas grupales, quizás 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 PRINCIPALES**

Carballo, R.. Innovación y gestión del conocimiento. s.e..

Chan Kin, W. La estrategia del océano azul: cómo desarrollar un nuevo mercado.. s.e..

Luna, P. Cultura de la innovación y la gestión tecnológica para el desarrollo de los pueblos. s.e..

Plattner, Meinel, L. Understand, improve, apply.. s.e..

Sabbagh, M.. Método de la innovación creativa. s.e..