

Asignatura Gestión de la Innovación**Número** MBA580**Créditos**

3

Horas

45

Horas asignadas fuera de clase

90

Periodo Académico

PDA

Prerrequisitos

—

Correquisitos

—

Horario y lugar de la asignatura

Es un programa online y el estudio se basa en materiales disponibles de forma asincrónica. Las únicas actividades presenciales son los webinars, planeados por el profesor. A continuación, se presentan más detalles sobre los horarios del programa y de la asignatura.

Política de asistencia

La asistencia e implicación por parte del estudiante se mide por la participación en actividades académicas y de evaluación. Por lo tanto, participación en los foros semanales es obligatoria para aprobar la asignatura. Acceder al aula virtual o mandar mensajes a través del email del campus no cuentan como participación en la asignatura.

Política de tardanza

Trabajos o entradas en los foros entregados fuera de plazo no se considerarán y recibirán una nota de suspenso (F).

NOTA: El plagio se define como el uso, sin el debido reconocimiento, de las ideas, frases, o mayores unidades del discurso de otro escritor u orador. El plagio incluye la copia de software sin autorización y la violación de las leyes de derechos de autor. Estudiantes que plagian recibirán una nota de suspenso en su examen o trabajo.

Nombre y contacto del profesor

PDA.

Horario de oficina:

El instructor está disponible fuera de las horas de clase para responder a cualquier pregunta o inquietud relacionada con este curso. Los estudiantes pueden ponerse en contacto con su profesor las 24 horas del día, los 7 días de la semana a través del foro Pregúntale al Profesor en Canvas LMS. Los profesores responderán a todas las consultas en un plazo de 48 horas.

Libros y materiales obligatorios

La institución reconoce el uso de libros de texto en el aula como parte de su metodología académica. El libro de texto forma parte del plan de estudio y se utiliza para comunicar con los estudiantes en el aula de forma eficaz. La universidad aportará el material necesario para la asignatura.

Responsabilidades del estudiante

Descripción de la asignatura

El objetivo de esta asignatura es de preparar a los estudiantes para desarrollar una mentalidad administrativa y familiarizarse con el concepto de la innovación como elemento clave de la competitividad de la empresa, fomentando el espíritu profesional y la habilidad de desarrollar e identificar nuevas oportunidades y responder de forma ágil a las necesidades cambiantes del cliente. De este modo, se estudiada como fomentar entornos 3 105 innovadores dentro de las organizaciones, los cuales impulsan a sus miembros a asumir el riesgo de la innovación.

La innovación está vinculada estrechamente a la transformación de las empresas, y constituye un requisito global en el entorno socioeconómico actual. Esta transformación implica nuevos modelos empresariales, y a la misma vez, afecta el rediseño de los procesos, redefinición de funciones y competencias, cultura, y estructura organizacional.

Por ello, esta materia ofrece al estudiante los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para enfrentarse a las decisiones asociadas con la definición de la estrategia de innovación de una empresa y la capacidad para desarrollar todas las actividades que intervienen en la gestión de la innovación para una organización. El contenido más importante de esta materia se destaca aquí:

- Innovación transformativa que genera valor.
- El impacto de la innovación en la organización.
- Ejecución de la estrategia de innovación para obtener mejores resultados empresariales (modelos de madurez, mapas de la innovación, impacto en el balance general, medición del valor de la innovación).
- Modelos de la innovación:
 - Espíritu empresarial
 - Innovación abierta
 - Laboratorios de innovación
- Ecosistemas de innovación.
- Marco normativo, protección, y estimulación de la innovación.
- Responsabilidad corporativa social e innovación.
- Confluencia tecnológica y su implicación en la innovación (tecnologías exponenciales, organizaciones exponenciales).

- Organizaciones más ágiles (pensamiento de diseño, lean startups, la estrategia del océano azul).
- Transformación empresarial: visión global.

Competencias de la asignatura

La finalidad de la asignatura Dirección de la Innovación: la Transformación Empresarial es dotar al alumno de las habilidades y competencias necesarias para liderar el cambio hacia una cultura innovadora, en las organizaciones, como factor clave en el diseño de estrategias empresariales que conduzcan al éxito y al desarrollo de la empresa.

A lo largo de la asignatura se estudiará cómo generar entornos innovadores dentro de las organizaciones y cómo la innovación se traduce en una transformación tanto organizativa como en la visión y misión de la empresa, es decir, implica un cambio en el modo de hacer las cosas, que requerirá una reorganización de los recursos tanto humanos como económicos de la empresa, lo que dará lugar a nuevas estrategias que modifiquen las reglas del juego tradicionales para mejorar la posición competitiva de las empresas en un mundo globalizado.

La innovación se configura como el elemento clave de creación de valor en las organizaciones, y de mejora de las capacidades de las empresas para enfrentarse a la competencia. En definitiva, de la innovación depende la supervivencia de las organizaciones.

El éxito y la innovación empresarial dependen de la implicación en el proceso de todos los grupos de interés de la empresa, comenzando por sus propios empleados, proveedores y actores sociales que, en último término, consumen los productos y servicios desarrollados por la empresa.

Por tanto, esta materia proporcionará a los participantes los conocimientos necesarios para que sean capaces de desarrollar y poner en práctica nuevos modelos de gestión basados en la innovación, que ayuden a las organizaciones a afrontar los retos y desafíos resultantes de la incertidumbre cada vez mayor existente en el entorno socioeconómico en el que desarrollan su actividad.

Horario de la Asignatura:

SEMANA	CONTENIDO	
Semana 1	Objetivos específicos	<p>En este tema introduciremos los conceptos clave relativos a la teoría de la estrategia de la innovación, familiarizándonos con la terminología, la metodología de análisis y la relación entre estrategia, innovación y tecnología. Abordaremos también los conceptos de organización y tecnología exponencial para explicar la adaptación.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Introducir los marcos teóricos esenciales relativos a la estrategia de la innovación: paradigma competitivo, ciclo de vida del negocio, cadena de valor del negocio, disrupción competitiva. · Aproximarnos al concepto de tecnología como habilitador de la disrupción competitiva y la innovación, monitorizando su evolución mediante metodologías específicas (Hype Cycle de Gartner). · Entender la forma en la que las empresas y agentes en competición se adaptan a los nuevos factores de competitividad provocado por un entorno de constante innovación y disrupción competitiva.
	Temas	<p>Análisis estratégico-tecnológico de la innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> · Introducción y objetivos · Innovación, tecnología y disrupción competitiva. Innovación incremental versus disruptiva · Marcos teóricos esenciales para el análisis de la innovación: cadena de valor, cinco fuerzas de Porter · El modelo del paradigma competitivo · Análisis del ciclo de vida del negocio · Modelos de análisis tecnológico. El modelo de hype cycle de Gartner · Convergencia tecnológica y su implicación en la innovación (tecnologías exponenciales, organizaciones exponenciales) · Referencias bibliográficas
	Actividades	<p>Lectura, estudio, y comprensión de los materiales de la asignatura, incluyendo webinars y la participación obligatoria en los foros, interacción con el profesor y los demás estudiantes. Las actividades interactivas de esta unidad son:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Clase de presentación de la asignatura y del tema 1. · Test de tema 1.
	Lectura adicional y actividades	<p>El profesor puede asignar actividades fuera del aula que figurarán en la calificación final del estudiante (p. ej. Proyectos, casos prácticos, presentaciones, etc.). Estas</p>

SEMANA	CONTENIDO	
	fuera del horario de clase	<p>actividades se comunicarán y se especificarán al estudiante a lo largo de la asignatura.</p> <p>Fuera de clase: 6 horas</p>
Semana 2	Objetivos específicos	<p>En este tema introduciremos los conceptos clave relativos a la teoría de la estrategia de la innovación, familiarizándonos con la terminología, la metodología de análisis y la relación entre estrategia, innovación y tecnología. Abordaremos también los conceptos de organización y tecnología exponencial para explicar la adaptación.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Introducir los marcos teóricos esenciales relativos a la estrategia de la innovación: paradigma competitivo, ciclo de vida del negocio, cadena de valor del negocio, disrupción competitiva. · Aproximarnos al concepto de tecnología como habilitador de la disrupción competitiva y la innovación, monitorizando su evolución mediante metodologías específicas (Hype Cycle de Gartner). · Entender la forma en la que las empresas y agentes en competición se adaptan a los nuevos factores de competitividad provocado por un entorno de constante innovación y disrupción competitiva.
	Temas	<p>Análisis estratégico-tecnológico de la innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> · Introducción y objetivos · Innovación, tecnología y disrupción competitiva. Innovación incremental versus disruptiva · Marcos teóricos esenciales para el análisis de la innovación: cadena de valor, cinco fuerzas de Porter · El modelo del paradigma competitivo · Análisis del ciclo de vida del negocio · Modelos de análisis tecnológico. El modelo de hype cycle de Gartner · Convergencia tecnológica y su implicación en la innovación (tecnologías exponenciales, organizaciones exponenciales) · Referencias bibliográficas
	Actividades	<p>Lectura, estudio, y comprensión de los materiales de la asignatura, incluyendo webinars y la participación obligatoria en los foros, interacción con el profesor y los demás estudiantes. Las actividades interactivas de esta unidad son:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Clase de presentación de la actividad 1 y del tema 2. · Inicio de la actividad 1.

SEMANA	CONTENIDO	
	Lectura adicional y actividades fuera del horario de clase	<p>El profesor puede asignar actividades fuera del aula que figurarán en la calificación final del estudiante (p. ej. Proyectos, casos prácticos, presentaciones, etc.). Estas actividades se comunicarán y se especificarán al estudiante a lo largo de la asignatura.</p> <p>Fuera de clase: 6 horas</p>
Semana 3	Objetivos específicos	<p>En este tema nos enfocaremos al análisis del modelo de negocio que construyen las organizaciones para la creación de una estrategia sólida que permita la consecución de los objetivos corporativos. Nos aproximaremos a la innovación como una variable competitiva que forma parte de la construcción de dicho modelo de negocio, y abordaremos los principales componentes de la cuenta de resultados de una empresa desde una perspectiva de comprensión de sus implicaciones estratégicas.</p> <p>Por último, revisaremos el concepto de modelo de madurez en la gestión de proyectos (especialmente de innovación) una empresa y nos detendremos en el enfoque de valorización de la innovación.</p> <p>Los objetivos de este tema son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Entender los criterios para la construcción de modelos de negocio de éxito, introduciendo el concepto de variable competitiva y aproximándonos al concepto de innovación como una de esas variables. · Analizar el concepto de modelo de madurez en la gestión de proyectos de innovación, así como las bases para valorizar dichos proyectos y, en general, los resultados de la estrategia de innovación.
	Temas	<p>Construcción de modelos de negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> · Introducción y objetivos · Estandarización y escalabilidad de los modelos de negocio · Variables competitivas del modelo de negocio · Análisis estratégico-cuantitativo de la innovación: cuenta de resultados · Modelos de madurez, medición del valor de la innovación · Referencias bibliográficas
	Actividades	Lectura, estudio, y comprensión de los materiales de la asignatura, incluyendo webinars y la participación obligatoria

SEMANA	CONTENIDO	
		<p>en los foros, interacción con el profesor y los demás estudiantes. Las actividades interactivas de esta unidad son:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Clase del tema 2.
	Lectura adicional y actividades fuera del horario de clase	<p>El profesor puede asignar actividades fuera del aula que figurarán en la calificación final del estudiante (p. ej. Proyectos, casos prácticos, presentaciones, etc.). Estas actividades se comunicarán y se especificarán al estudiante a lo largo de la asignatura.</p> <p>Fuera de clase: 6 horas</p>
Semana 4	Objetivos específicos	<p>En este tema nos enfocaremos al análisis del modelo de negocio que construyen las organizaciones para la creación de una estrategia sólida que permita la consecución de los objetivos corporativos. Nos aproximaremos a la innovación como una variable competitiva que forma parte de la construcción de dicho modelo de negocio, y abordaremos los principales componentes de la cuenta de resultados de una empresa desde una perspectiva de comprensión de sus implicaciones estratégicas.</p> <p>Por último, revisaremos el concepto de modelo de madurez en la gestión de proyectos (especialmente de innovación) una empresa y nos detendremos en el enfoque de valorización de la innovación.</p> <p>Los objetivos de este tema son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Entender los criterios para la construcción de modelos de negocio de éxito, introduciendo el concepto de variable competitiva y aproximándonos al concepto de innovación como una de esas variables. · Analizar el concepto de modelo de madurez en la gestión de proyectos de innovación, así como las bases para valorizar dichos proyectos y, en general, los resultados de la estrategia de innovación.
	Temas	<p>Construcción de modelos de negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> · Introducción y objetivos · Estandarización y escalabilidad de los modelos de negocio · Variables competitivas del modelo de negocio · Análisis estratégico-cuantitativo de la innovación: cuenta de resultados · Modelos de madurez, medición del valor de la innovación · Referencias bibliográficas

SEMANA	CONTENIDO	
	Actividades	<p>Lectura, estudio, y comprensión de los materiales de la asignatura, incluyendo webinars y la participación obligatoria en los foros, interacción con el profesor y los demás estudiantes. Las actividades interactivas de esta unidad son:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Test del tema 2. · Foro temático 1.
	Lectura adicional y actividades fuera del horario de clase	<p>El profesor puede asignar actividades fuera del aula que figurarán en la calificación final del estudiante (p. ej. Proyectos, casos prácticos, presentaciones, etc.). Estas actividades se comunicarán y se especificarán al estudiante a lo largo de la asignatura.</p> <p>Fuera de clase: 6 horas</p>
Semana 5	Objetivos específicos	<p>En este tema abordaremos los aspectos esenciales del impacto de la estrategia de innovación en la organización, así como las metodologías de ejecución de esta. Nos fijaremos en la forma en la que las empresas pueden ordenar sus objetivos de innovación y maximizar su retorno para la organización a diferentes horizontes.</p> <p>Los objetivos del tema son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Aproximarnos a la ejecución faseada de la estrategia de innovación, introduciendo el concepto de roadmap de innovación. · Entender como las organizaciones pueden combinar varios tipos de objetivos corporativos ligados a su estrategia de innovación a diferentes niveles y horizontes. · Ampliar el concepto de estrategia de innovación más allá de los límites de la propia empresa, introduciendo conceptos como innovación abierta y ecosistemas de innovación.
	Temas	<p>Ejecución de la estrategia de innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> · Introducción y objetivos · <i>Roadmap</i> de innovación · La organización ambidiestra · Innovación abierta: ecosistemas de innovación · Laboratorios de innovación · Referencias bibliográficas
	Actividades	<p>Lectura, estudio, y comprensión de los materiales de la asignatura, incluyendo webinars y la participación obligatoria en los foros, interacción con el profesor y los demás estudiantes.</p>

SEMANA	CONTENIDO	
		<ul style="list-style-type: none"> Clase del tema 3.
	Lectura adicional y actividades fuera del horario de clase	<p>El profesor puede asignar actividades fuera del aula que figurarán en la calificación final del estudiante (p. ej. Proyectos, casos prácticos, presentaciones, etc.). Estas actividades se comunicarán y se especificarán al estudiante a lo largo de la asignatura.</p> <p>Fuera de clase: 6 horas</p>
Semana 6	Objetivos específicos	<p>En este tema abordaremos los aspectos esenciales del impacto de la estrategia de innovación en la organización, así como las metodologías de ejecución de esta. Nos fijaremos en la forma en la que las empresas pueden ordenar sus objetivos de innovación y maximizar su retorno para la organización a diferentes horizontes.</p> <p>Los objetivos del tema son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Aproximarnos a la ejecución faseada de la estrategia de innovación, introduciendo el concepto de roadmap de innovación. Entender como las organizaciones pueden combinar varios tipos de objetivos corporativos ligados a su estrategia de innovación a diferentes niveles y horizontes. Ampliar el concepto de estrategia de innovación más allá de los límites de la propia empresa, introduciendo conceptos como innovación abierta y ecosistemas de innovación.
	Temas	<p>Ejecución de la estrategia de innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> Introducción y objetivos <i>Roadmap</i> de innovación La organización ambidiestra Innovación abierta: ecosistemas de innovación Laboratorios de innovación Referencias bibliográficas
	Actividades	<p>Lectura, estudio, y comprensión de los materiales de la asignatura, incluyendo webinars y la participación obligatoria en los foros, interacción con el profesor y los demás estudiantes. Las actividades interactivas de esta unidad son:</p> <ul style="list-style-type: none"> Test tema 3. Entrega de la actividad 1.
	Lectura adicional y actividades	<p>El profesor puede asignar actividades fuera del aula que figurarán en la calificación final del estudiante (p. ej. Proyectos, casos prácticos, presentaciones, etc.). Estas</p>

SEMANA	CONTENIDO	
	fuera del horario de clase	<p>actividades se comunicarán y se especificarán al estudiante a lo largo de la asignatura.</p> <p>Fuera de clase: 6 horas</p>
Semana 7	Objetivos específicos	<p>En este tema nos centraremos en desarrollar diferentes metodologías que ayuden a las organizaciones a ser más ágiles. El entorno actual, caracterizado por su complejidad, requiere que las empresas abandonen su modelo tradicional de hacer negocios y evolucionen hacia organizaciones con otro tipo de estructura y en las que el factor clave de su estrategia es la agilidad e innovación. Esta transformación es uno de los principales desafíos al que se enfrentan las organizaciones del siglo XXI. Las metodologías existentes para ayudar a las empresas en este proceso son un apoyo, pero no la solución única.</p> <p>Como objetivos se plantean los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Comprender la importancia y necesidad de una transformación empresarial. · Entender las principales características de las técnicas analizadas. · Ser capaz de elegir la técnica más adecuada para su empresa, de forma que contribuya al éxito de este proceso de transformación. · Entender como la innovación en modelos de negocio lleva a la creación de nuevos tipos de ellos, como por ejemplo y de forma muy prevalente, el de plataforma digital.
	Temas	<p>Innovación y emprendimiento tecnológico</p> <ul style="list-style-type: none"> · Introducción y objetivos · Intraemprendimiento: Blue Ocean Strategy · Organizaciones más ágiles: Lean Startup, Design Thinking y metodología Agile · Nuevos modelos de negocio digitales: plataformas · Referencias bibliográficas
	Actividades	<p>Lectura, estudio, y comprensión de los materiales de la asignatura, incluyendo webinars y la participación obligatoria en los foros, interacción con el profesor y los demás estudiantes. Las actividades interactivas de esta unidad son:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Clase de resolución de la actividad 1 y del tema 4. · Foro temático 2.
	Lectura adicional y actividades	<p>El profesor puede asignar actividades fuera del aula que figurarán en la calificación final del estudiante (p. ej. Proyectos, casos prácticos, presentaciones, etc.). Estas</p>

SEMANA	CONTENIDO	
	fuera del horario de clase	<p>actividades se comunicarán y se especificarán al estudiante a lo largo de la asignatura.</p> <p>Fuera de clase: 6 horas</p>
Semana 8:	Objetivos específicos	<p>En este tema nos centraremos en desarrollar diferentes metodologías que ayuden a las organizaciones a ser más ágiles. El entorno actual, caracterizado por su complejidad, requiere que las empresas abandonen su modelo tradicional de hacer negocios y evolucionen hacia organizaciones con otro tipo de estructura y en las que el factor clave de su estrategia es la agilidad e innovación. Esta transformación es uno de los principales desafíos al que se enfrentan las organizaciones del siglo XXI. Las metodologías existentes para ayudar a las empresas en este proceso son un apoyo, pero no la solución única.</p> <p>Como objetivos se plantean los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Comprender la importancia y necesidad de una transformación empresarial. · Entender las principales características de las técnicas analizadas. · Ser capaz de elegir la técnica más adecuada para su empresa, de forma que contribuya al éxito de este proceso de transformación. · Entender como la innovación en modelos de negocio lleva a la creación de nuevos tipos de ellos, como por ejemplo y de forma muy prevalente, el de plataforma digital.
	Temas	<p>Innovación y emprendimiento tecnológico</p> <ul style="list-style-type: none"> · Introducción y objetivos · Intraemprendimiento: Blue Ocean Strategy · Organizaciones más ágiles: Lean Startup, Design Thinking y metodología Agile · Nuevos modelos de negocio digitales: plataformas · Referencias bibliográficas
	Actividades	<p>Lectura, estudio, y comprensión de los materiales de la asignatura, incluyendo webinars y la participación obligatoria en los foros, interacción con el profesor y los demás estudiantes. Las actividades interactivas de esta unidad son:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Clase de presentación de la actividad 2 y del tema 4. · Test del tema 4. · Inicio foro actividad 2.
	Lectura adicional y	<p>El profesor puede asignar actividades fuera del aula que figurarán en la calificación final del estudiante (p. ej.</p>

SEMANA	CONTENIDO	
	actividades fuera del horario de clase	Proyectos, casos prácticos, presentaciones, etc.). Estas actividades se comunicarán y se especificarán al estudiante a lo largo de la asignatura. Fuera de clase: 6 horas
Semana 9:	Objetivos específicos	<p>En este tema abordaremos los aspectos más importantes de la legislación española y comunitaria que tener en cuenta para la protección de las innovaciones. Toda innovación puede ser protegida frente a terceros. Es necesario que las empresas protejan sus invenciones, marcas y diseños, y que entiendan lo que implica, así como el procedimiento a seguir según el modelo elegido de protección, pues con ello conseguirá aumentar su capacidad innovadora.</p> <p>Los objetivos de aprendizaje en este tema son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Conocer el marco jurídico y legal existente en España que regula el desarrollo de innovaciones. · Identificar las diferentes fórmulas para proteger las innovaciones. · Analizar las diferentes fuentes de financiación para la innovación.
	Temas	<p>Marco jurídico y financiación de la innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> · Introducción y objetivos · Marco jurídico de la innovación · Formas de protección de la innovación · Infraestructuras de soporte a la innovación · Referencias bibliográficas
	Actividades	<p>Lectura, estudio, y comprensión de los materiales de la asignatura, incluyendo webinars y la participación obligatoria en los foros, interacción con el profesor y los demás estudiantes. Las actividades interactivas de esta unidad son:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Clase del tema 5.
	Lectura adicional y actividades fuera del horario de clase	<p>El profesor puede asignar actividades fuera del aula que figurarán en la calificación final del estudiante (p. ej. Proyectos, casos prácticos, presentaciones, etc.). Estas actividades se comunicarán y se especificarán al estudiante a lo largo de la asignatura. Fuera de clase: 6 horas</p>

SEMANA	CONTENIDO	
Semana 10:	Objetivos específicos	<p>En este tema abordaremos los aspectos más importantes de la legislación española y comunitaria que tener en cuenta para la protección de las innovaciones. Toda innovación puede ser protegida frente a terceros. Es necesario que las empresas protejan sus invenciones, marcas y diseños, y que entiendan lo que implica, así como el procedimiento a seguir según el modelo elegido de protección, pues con ello conseguirá aumentar su capacidad innovadora.</p> <p>Los objetivos de aprendizaje en este tema son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Conocer el marco jurídico y legal existente en España que regula el desarrollo de innovaciones. · Identificar las diferentes fórmulas para proteger las innovaciones. · Analizar las diferentes fuentes de financiación para la innovación.
	Temas	<p>Marco jurídico y financiación de la innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> · Introducción y objetivos · Marco jurídico de la innovación · Formas de protección de la innovación · Infraestructuras de soporte a la innovación · Referencias bibliográficas
	Actividades	<p>Lectura, estudio, y comprensión de los materiales de la asignatura, incluyendo webinars y la participación obligatoria en los foros, interacción con el profesor y los demás estudiantes. Las actividades interactivas de esta unidad son:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Test del tema 5. · Foro temático 3.
	Lectura adicional y actividades fuera del horario de clase	<p>El profesor puede asignar actividades fuera del aula que figurarán en la calificación final del estudiante (p. ej. Proyectos, casos prácticos, presentaciones, etc.). Estas actividades se comunicarán y se especificarán al estudiante a lo largo de la asignatura.</p> <p>Fuera de clase: 6 horas</p>
Semana 11:	Objetivos específicos	<p>En este tema abordaremos el concepto de innovación y su relación con la responsabilidad social corporativa, sobre todo desde el punto de vista de la integración de ambos conceptos en la estrategia competitiva de la empresa.</p> <p>Los objetivos de aprendizaje en este tema son los siguientes:</p>

SEMANA	CONTENIDO	
		<ul style="list-style-type: none"> · Entender qué es responsabilidad social corporativa y responsabilidad social empresarial. · Identificar la relación existente entre innovación y responsabilidad social como factores clave en las nuevas estrategias empresariales. · Entrar en el concepto de valor compartido como evolución del de responsabilidad social corporativa y en el Clusterización como una de las vías potenciales de generación de proyectos de valor compartido.
	Temas	Responsabilidad social corporativa, valor compartido e innovación <ul style="list-style-type: none"> · Introducción y objetivos · Responsabilidad social corporativa y responsabilidad social empresarial · Valor compartido como nueva estrategia competitiva · Referencias bibliográficas
	Actividades	Lectura, estudio, y comprensión de los materiales de la asignatura, incluyendo webinars y la participación obligatoria en los foros, interacción con el profesor y los demás estudiantes. <ul style="list-style-type: none"> · Clase del tema 6.
	Lectura adicional y actividades fuera del horario de clase	El profesor puede asignar actividades fuera del aula que figurarán en la calificación final del estudiante (p. ej. Proyectos, casos prácticos, presentaciones, etc.). Estas actividades se comunicarán y se especificarán al estudiante a lo largo de la asignatura. Fuera de clase: 6 horas
Semana 12:	Objetivos específicos	En este tema abordaremos el concepto de innovación y su relación con la responsabilidad social corporativa, sobre todo desde el punto de vista de la integración de ambos conceptos en la estrategia competitiva de la empresa. Los objetivos de aprendizaje en este tema son los siguientes: <ul style="list-style-type: none"> · Entender qué es responsabilidad social corporativa y responsabilidad social empresarial. · Identificar la relación existente entre innovación y responsabilidad social como factores clave en las nuevas estrategias empresariales. · Entrar en el concepto de valor compartido como evolución del de responsabilidad social corporativa y en el Clusterización como una de las vías potenciales de generación de proyectos de valor compartido.

SEMANA	CONTENIDO	
	Temas	Responsabilidad social corporativa, valor compartido e innovación <ul style="list-style-type: none"> · Introducción y objetivos · Responsabilidad social corporativa y responsabilidad social empresarial · Valor compartido como nueva estrategia competitiva · Referencias bibliográficas
	Actividades	Lectura, estudio, y comprensión de los materiales de la asignatura, incluyendo webinars y la participación obligatoria en los foros, interacción con el profesor y los demás estudiantes. Las actividades interactivas de esta unidad son: <ul style="list-style-type: none"> · Test del tema 6. · Entrega de la actividad 2.
	Lectura adicional y actividades fuera del horario de clase	El profesor puede asignar actividades fuera del aula que figurarán en la calificación final del estudiante (p. ej. Proyectos, casos prácticos, presentaciones, etc.). Estas actividades se comunicarán y se especificarán al estudiante a lo largo de la asignatura. Fuera de clase: 6 horas
Semana 13:	Objetivos específicos	Repaso.
	Temas	Repaso.
	Actividades	Lectura, estudio, y comprensión de los materiales de la asignatura, incluyendo webinars y la participación obligatoria en los foros, interacción con el profesor y los demás estudiantes. Las actividades interactivas de esta unidad son: <ul style="list-style-type: none"> · Clase de resolución de la actividad 2 y de repaso.
	Lectura adicional y actividades fuera del horario de clase	El profesor puede asignar actividades fuera del aula que figurarán en la calificación final del estudiante (p. ej. Proyectos, casos prácticos, presentaciones, etc.). Estas actividades se comunicarán y se especificarán al estudiante a lo largo de la asignatura. Fuera de clase: 6 horas
Semana 14:	Objetivos específicos	Semana de repaso.
	Temas	Semana de repaso.
	Actividades	Lectura, estudio, y comprensión de los materiales de la asignatura, incluyendo webinars y la participación obligatoria

SEMANA	CONTENIDO	
		en los foros, interacción con el profesor y los demás estudiantes. Las actividades interactivas de esta unidad son: · Clase de repaso de contenidos y/o resolución de ejercicios.
	Lectura adicional y actividades fuera del horario de clase	El profesor puede asignar actividades fuera del aula que figurarán en la calificación final del estudiante (p. ej. Proyectos, casos prácticos, presentaciones, etc.). Estas actividades se comunicarán y se especificarán al estudiante a lo largo de la asignatura. Fuera de clase: 6 horas
Semana 15:	Objetivos específicos	Examen pregunta abierta.
	Temas	Examen pregunta abierta.
	Actividades	Lectura, estudio, y comprensión de los materiales de la asignatura, incluyendo webinars y la participación obligatoria en los foros, interacción con el profesor y los demás estudiantes. Las actividades interactivas de esta unidad son: · Examen final (respuesta abierta).
	Lectura adicional y actividades fuera del horario de clase	El profesor puede asignar actividades fuera del aula que figurarán en la calificación final del estudiante (p. ej. Proyectos, casos prácticos, presentaciones, etc.). Estas actividades se comunicarán y se especificarán al estudiante a lo largo de la asignatura. Fuera de clase: 6 horas

Metodología

A la hora de desarrollar estrategias metodológicas, es conveniente comentarlas entre profesores y estudiantes en un entorno abierto y de apoyo para asegurarse de que los estudiantes tomen la responsabilidad por su implementación y por lograr los objetivos de la asignatura.

Las siguientes estrategias pueden utilizarse en esta asignatura:

- ▶ Un repaso de las preguntas al final de cada capítulo.
- ▶ Comprobación de comprensión de lectura.
- ▶ Análisis de lecturas asignadas.
- ▶ Discusiones en grupo.
- ▶ Discusiones individuales y en grupo.
- ▶ Preparación de reportes.
- ▶ Creación de un plan de enseñanza.
- ▶ Llevar a cabo una microclase.

Materiales recomendados

- ▶ Baines, P. (2015). *Doing Good by Doing Good: Why Creating Shared Value is the Key to Powering Business Growth and Innovation*. Wiley.
- ▶ Banqin. (2020, August 20). Barriers to Financial Inclusion and How to Address Them. Banqin. <https://www.getbanqin.com/post/barriers-to-financial-inclusion-and-how-to-address-them>
- ▶ Bruce, J. & De Figuereido, J. (2020). *Innovation in the US Government*. National Bureau of Economic Research.
- ▶ Camilleong2. (2020, August 20). [Graphic of Barriers to Financial Inclusion and How to Address Them] [Figure]. Banqin. <https://www.getbanqin.com/post/barriers-to-financial-inclusion-and-how-to-address-them>
- ▶ Chan Kim, W. & Mauborgne, R. (2008). *Blue Ocean Strategy*. Harvard Business School Press.
- ▶ Chesbrough, H. (2006). *Open Innovation: the new imperative for creating and profiting from technology*. McGraw-Hill Education.
- ▶ Christensen, C M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business School Press.
- ▶ Comisión Europea. (2010). Comunicación de la comisión al parlamento europeo, al consejo, al comité económico y social europeo y al comité de las regiones. Iniciativa emblemática de Europa 2020. Unión por la innovación. [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com\(2010\)0546_/com_com\(2010\)0546_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2010)0546_/com_com(2010)0546_es.pdf)
- ▶ Creative H. G. (2019). What is Exponential Technology? <https://creativehq.co.nz/blog/what-is-exponential-technology/>
- ▶ Desouza, K. (2017). *Intrapreneurship: Managing Ideas Within Your Organization*. Rotman-Utp Publishing.
- ▶ Ebinum, M. (2016, July 7). How To: Business Model Canvas Explained. Medium.com. <https://medium.com/seed-digital/how-to-business-model-canvas-explained-ad3676b6fe4a>
- ▶ Endless Frontier Act 2021 (USA). <https://www.congress.gov/bill/117th-congress/house-bill/2731/text>
- ▶ Enspark Consulting. (n.d.). *Innovation Roadmap*. Retrieved November 17, 2021, from <http://ensparkconsulting.com/innovation-roadmap/>
- ▶ Fenn, J. & Raskino, M. (2008). *Mastering the Hype Cycle: How to Choose the Right Innovation at the Right Time*. Harvard Business School Press.
- ▶ Friis Dam, R. & Yu Siang, T. (2021). 5 Stages in the Design Thinking Process. *Interaction-design*. <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>
- ▶ Gartner hype cycle. (2021, September 29). In Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Gartner_hype_cycle
- ▶ Granstrand, O., Holgersson M. (2020). *Innovation ecosystems: a conceptual review and a new definition*. *Technovation*.
- ▶ Groenvel, P. (2015, December 22). *Roadmapping Integrates Business and Technology*. *Research-Technology Management*, 40(5), 49-58. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08956308.2007.11657472>
- ▶ Ismail, S. (2014). *Exponential Organizations: Why new organizations are ten times better, faster and cheaper than yours (and what to do about it)*. Diversion Books.
- ▶ Jizi, M. I., Salama, A., Dixon, R., & Stratling, R. (2014). *Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from the US Banking Sector*. *Journal of Business Ethics*, 125(4), pp. 601-615.

- ▶ Kanbanize. (s. f.). What Is Lean Management? Definition & Benefits. <https://kanbanize.com/lean-management/what-is-lean-management>
- ▶ Kaplan, R. S. & Norton, D. P. (1993, September-October). Putting the Balanced Scorecard to Work. Harvard Business Review, 134-147. <https://hbr.org/1993/09/putting-the-balanced-scorecard-to-work>
- ▶ Konrath, J. (2015). Agile Selling: Get Up to Speed Quickly in Today's Ever-Changing Sales. Joaquín Pais.
- ▶ Le Merle, M. (2017). Corporate Innovation in the Fifth Era: Lessons from Alphabet/Google, Amazon, Apple, Facebook, and Microsoft. Cartwright Publishing.
- ▶ Linden, A. & Fenn, J. (2003, May 30). Understanding Gartner's Hype Cycles. Gartner. <http://www.ask-force.org/web/Discourse/Linden-HypeCycle-2003.pdf>
- ▶ Lopez Lubián, F. J. (2019, September 2). Calculating the Value of Innovation. Insights, IE University. <https://www.ie.edu/insights/articles/calculating-the-value-of-innovation/>
- ▶ Man, T. J. (2007, September 21). A framework for the comparison of Maturity Models for Project-based Management. Utrecht University. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.472.2290&rep=rep1&type=pdf>
- ▶ Martín Marco, J. C. (2015, October 13). Cómo articula una gran compañía la estructura formal del infraemprendimiento. Telefónica Empresas. <https://empresas.blogthinkbig.com/como-articula-una-gran-compania-la-estructura-formal-del-intraemprendimiento/>
- ▶ Mc Grath, R. (2019). Seeing Around Corners: How to Spot Inflection Points in Business Before They Happen. Houghton Mifflin Harcourt.
- ▶ National Science Foundation. (n.d.). About the National Science Foundation. Retrieved 17 November, 2021, from [https://www.nsf.gov/about/#:~:text=The%20National%20Science%20Foundation%20\(NSF,people%20to%20create%20knowledge%20that](https://www.nsf.gov/about/#:~:text=The%20National%20Science%20Foundation%20(NSF,people%20to%20create%20knowledge%20that)
- ▶ Nonaka, I., Takeuchi, H. (1995). The Knowledge Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation. Oxford University Press.
- ▶ O'Reilly, C., Tushman, M. (2004, April). The Ambidextrous Organization. Harvard Business Review.
- ▶ Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons.
- ▶ Oughton, C., Asheim, B. T., & Smith, H. L. (2011). Regional Innovation Systems: Theory, Empirics and Policy. Regional Studies, 45(7), pp. 875-891.
- ▶ Owen, R., Bessant, J., & Heintz, M. (2013). Responsible innovation: Managing the responsible emergence of science and innovation in society (2. Aufl. ed.). Wiley.
- ▶ Parker, G. G. (2016): Platform Revolution: How Networked Markets are transforming the economy and how to make them work for you. W W Norton & Co.
- ▶ Porter, M.E and Kramer, Mark R. (2011). Creating Shared Value. Harvard Business Review January-February 2011 Issue.
- ▶ Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press.
- ▶ Porter, M. (1987). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Simon And Sch UK.
- ▶ Porter, M. E. (1985). The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press. http://eprints.stiperdharmawacana.ac.id/56/1/%5BMichael_E._Porter%5D_Compertive_advantage_creatin%28BookFi%29.pdf
- ▶ Porter, M. E. (1990). Competitive Advantage of Nations: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press.
- ▶ Porter, M. E. (1998). On Competition. Harvard Business School Publishing.
- ▶ Porter, M. E. (2008). On Competition. Harvard Business Review Press; Updated, Expanded.

- ▶ Prim, A. (2018). Definiciones Lean Start -Up: Qué es Iterar. Innokabi. <https://innokabi.com/definiciones-lean-start-up-que-es-iterar/>
- ▶ Rinne, M. (2004). Technology Roadmaps: Infrastructure for Innovation. Technological Forecasting and Social Change, 71(1-2), p. 67-80.
- ▶ Sanso, M. (2014). The Value Trail: How to Effectively Understand, Monitor and Deploy Successful Business Models. Gower Publishing Limited.
- ▶ Singularity. (n.d.). David s. rose. Retrieved 11 November, 2021, from <https://www.su.org/experts/david-s-rose#:~:text=David%20S.,-Rose%2C%20the%20founding&text=Famous%20for%20his%20dictum%20that,the%20cutting%20edge%20of%20innovation>
- ▶ Schumpeter, J. A. (2008). Capitalism, Socialism, and Democracy. Harper Perennial Modern Classic.
- ▶ Section Index to the U.S. Patent Act (Title 35 of the United States Code). (2020, November). Bitlaw. <https://www.bitlaw.com/source/35usc/index.html>
- ▶ Speights, K. (2013, February 28). Big Pharma's Blockbuster Battle. Which big pharmas look best in the battle for blockbuster drugs? The Motley Fool. <https://www.fool.com/investing/general/2013/02/28/big-pharmas-blockbuster-battle.aspx>
- ▶ S.3084 - American Innovation and Competitiveness Act. (2017, June 1st.). 114th Congress (2015-2016). <https://www.congress.gov/bill/114th-congress/senate-bill/3084/text/enr>
- ▶ S.1260 - United States Innovation and Competition Act of 2021. (2021). 117th Congress (2021-2022). <https://www.congress.gov/bill/117th-congress/senate-bill/1260/text>
- ▶ Tobiassen, B. (2020, March 18). Coronavirus proves we don't understand exponential growth. Finstart. <https://finstart.co/coronavirus-proves-we-dont-understand-exponential-growth/>
- ▶ Tractionwise. (2020, April 20). Lean Startup: With this method you develop lean, fast and 100% customer-centric. <https://www.tractionwise.com/en/magazine/lean-startup-method/>
- ▶ Sudek, R. (2006). Angel Investment Criteria. Journal of Small Business Strategy, 17(2), 89-104.
- ▶ Tseng, C., & Tseng, C. C. (2019). Corporate entrepreneurship as a strategic approach for internal innovation performance. Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship, 13(1), 108–120. <https://doi.org/10.1108/apjie-08-2018-0047>
- ▶ Vaaland, T. Heide, M. & Gronhaug, K. (2008). Corporate social responsibility: Investigating theory and research in the marketing context. European Journal of Marketing, 42(9/10). pp. 927-953.
- ▶ Vaughan, E. (2013). Key Strategy Tools: The 80+ Tools for Every Manager to Build a Winning Strategy. Financial Times Press.
- ▶ Womack, J. P. & Jones, D. T. (2003). Lean Thinking. Free Press.
- ▶ Womack, J. P., Roos, D. & Jones, D. T. (2017). La máquina que cambió el mundo. Profit editorial.
- ▶ Wysokińska, Z. (2017). Millenium development Goals/UN and sustainable development Goals/UN as instruments for realising sustainable development concept in the global economy. Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe, 20(1), pp. 101-118

Crterios y mtodos de evaluaci3n de estudiantes

Letra	Valor num3rico	GPA
A	97 – 100%	4,0
A-	90 - 96%	3,7
B+	87 – 89%	3,3
B	80 – 86%	3,0
B-	78 – 79%	2,7
C+	75 – 77%	2,3
C	70 – 74%	2,0
C-	67 – 69%	1,7
D+	63 – 66%	1,3
D	57 – 62%	1,0
F	< 57%	0,0
I	-	Incomplete*
TR	-	Transfer Credit**
W	-	Withdrawal**
WP	-	Withdraw Passing**
WF	0	Withdraw Failing

* Nota no se calcula como parte del CGPA del estudiante, pero las horas de cr3dito se incluyen en el total de cr3ditos intentados.

** Nota no se calcula como parte del CGPA del estudiante, y las horas de cr3dito no se incluyen en el total de cr3ditos intentados.

CALIFICACIONES APROBATORIAS

Para programas de ASSOCIATE Y BACHELOR’S, la nota aprobatoria es de C (2,0) o m3s.

Para programas de M3STER, la nota aprobatoria es de B (3,0) o m3s.

Distribuci3n de calificaciones

Evaluaci3n de la asignatura	Peso
Foros	15%
Evaluaci3n de actividades interactivas (a trav3s de los foros)	35%
Examen de cada tema	20%
Examen Final (respuesta abierta)	30%
Total	100%

Última revisi3n del syllabus: MAYO 2022