



PERSONA CIENCIA EMPRESA
UNIVERSITAT RAMON LLULL

Código: 80311
Nombre de la asignatura: Gestión de la Innovación

CARACTERÍSTICAS GENERALES

Número de créditos ECTS:	3.0
Idioma/as	Catalán Castellano Inglés
Tipo	Normal
Profesores	Malet Falcó, Carles

DESCRIPCIÓN

Breve descripción y justificación

El objetivo de la asignatura es desarrollar las competencias asociadas a la Gestión de la Innovación, como proceso sistemático para la transformación de ideas en valor. La asignatura se centra alrededor del concepto de "Market Driven Innovation", que se inicia con la identificación de necesidades de clientes industriales y/o consumidores, y finaliza con la formulación de una Propuesta de Valor y de un Modelo de Negocio sostenible

Competencias

El estudiante, como resultado de las actividades formativas del plan de estudios, será capaz de:

- Realizar las funciones de planificar, organizar, liderar y controlar las actividades dentro de la empresa. (CE7)
- Entender la importancia y utilizar eficazmente las tecnologías de la información en el ámbito empresarial. (CE8)
- Abordar los problemas que se presentan en un entorno empresarial y saber prepararse para resolverlos, así como de adaptarse a los cambios del entorno exterior e interior y convertirlos en oportunidades para la consecución de unos objetivos establecidos; a la vez que realizar juicios selectivos orientados a elegir entre una o varias alternativas de las posibles, desarrollando criterios suficientes para saber discernir qué es una buena elección, atendiendo al número de alternativas, a las características de cada una de ellas y a su influencia sobre el resultado final. (Iniciativa y espíritu emprendedor) (CT6)
- Comprender y trabajar en entornos tecnológicos e industriales, asimilando e incorporando los avances tecnológicos y los cambios organizativos derivados de su implantación con el objetivo de garantizar la calidad. (Dominio de nuevas tecnologías) (CT9)

Requisitos previos

- Requisitos de acceso establecidos para programas de Máster, de acuerdo con la legislación vigente.
- Grados, licenciaturas o ingenierías en el ámbito científico o tecnológico.

Contenidos

1. Evolución de los modelos de innovación empresarial a lo largo de la historia
2. El efecto de la cultura empresarial en la innovación
3. CANVAS como instrumento para entender el modelo de negocio
4. Identificación de oportunidades de negocio en entornos industriales: *New Product Blueprinting*
5. Open Innovation en la práctica: *Innovation Brokers*
6. Formulación de una propuesta de valor superior
7. *Rapid prototyping* y validación de productos y servicios
8. Gestión de la Propiedad industrial. Bases de datos de patentes: *Sp@cenet*
9. Gestión de un portafolio de proyectos en grandes empresas: *Stage Gate*
10. Gestión de proyectos de innovación en start-ups: *The Lean start up*
11. Financiación de la innovación. Nuevos modelos de financiación en un entorno digital y conectado

METODOLOGÍA

Actividades formativas:

Actividades formativas	Créditos ECTS	Competencias
Sesiones presenciales de exposición de conceptos y procedimientos	0,75	CE7,CE8,CT6,CT9
es presenciales prácticas (ejercicios, resolución de casos, debates, visionado de materiales, etc.)	0,75	CE7,CE8,CT6,CT9
Elaboración y presentación de trabajos por parte del estudiante	0,75	CE7,CE8,CT6,CT9
Seminarios y tutorías	0,10	CE7,CE8,CT6,CT9
Actividades de estudio personal	0,50	CE7,CE8,CT6,CT9
Sesiones de evaluación de objetivos y competencias	0,15	CE7,CE8,CT6,CT9
Prácticas externas	-	
TOTAL	3,00	

Explicación de la metodología didáctica

La metodología utilizada en el curso incluye las siguientes actividades:

- Presentación de conceptos: clases magistrales y estudio personal.
- Ejercicios y casos: resolución de ejercicios basados en casos reales, que sirvan de ejemplo para los conceptos estudiados.
- Proyecto final: los estudiantes trabajan en equipos en un proyecto que resume los diferentes pasos de creación de un nuevo producto o servicio: desde la identificación de necesidades de mercado, hasta la formulación de un modelo de negocio sostenible. Los estudiantes presentan el proyecto a final de curso.
- Seminarios: seguimiento individualizado o en grupo para facilitar el proceso de aprendizaje.

EVALUACIÓN

Métodos de evaluación

Métodos de evaluación	Peso	Competencias
Examen final	-	
Examen/es parcial/es	30%	CE7,CE8,CT6,CT9
Actividades de seguimiento	-	
Trabajos y presentaciones	30%	CE7,CE8,CT6,CT9
Trabajo experimental o de campo	-	
Proyectos	40%	CE7,CE8,CT6,CT9
Valoración de la empresa o institución	-	
Participación	-	

Resultados de aprendizaje

1. Aprender a identificar oportunidades de mercado.
2. Afrontar retos tecnológicos e industriales de forma creativa.
3. Formular una Propuesta de Valor.
4. Desarrollar y validar prototipos.
5. Formular un Modelo de Negocio para un proyecto de Innovación.
6. Afrontar los procesos d innovación desde una perspectiva estratégica y orientada a resultados. Los estudiantes vivirán el proceso de innovación como una parte integral de la estrategia global de la empresa.

Calificación

1. Dos exámenes parciales. Se requiere un mínimo de 4.0 en ambos exámenes a fin de poder hacer la media ponderada con los ejercicios y el proyecto (ver nota 4 para más detalles).
2. Cuatro ejercicios (casos prácticos) a desarrollar en equipos.
3. Un proyecto a presentar al final del curso (dossier + presentación oral).
4. No hay examen final para los alumnos que superen el curso mediante evaluación continua. Los alumnos que suspendan (nota inferior a 4.0) o no se presenten a uno de los exámenes parciales, tendrán derecho a repetirlo en la fecha designada para el examen final. Los estudiantes que no superen la asignatura mediante evaluación continua deberán presentarse a un examen en convocatoria extraordinaria, la nota del cual será la nota final de la asignatura.
5. Se requiere un mínimo del 75% de asistencia para superar la asignatura mediante evaluación continua.

Evaluación de las competencias

La competencia *iniciativa y espíritu emprendedor* (CT6) se evalúa a partir de los resultados de un proyecto de innovación que los estudiantes llevan a cabo en equipos a lo largo del curso, y que se presenta al final del cuatrimestre. Los estudiantes siguen un modelo de 12 pasos que los guía en el proceso de innovación y emprendimiento, desde la identificación de las necesidades de los clientes, hasta la validación de un prototipo de producto. A fin de incentivar el espíritu emprendedor, el proyecto se evalúa a partir de un informe final (70%), y de un "pitch" que simula la presentación del proyecto en un fórum de inversores

La *competencia dominio de nuevas tecnologías* (CT9) se evalúa a partir de dos ejercicios de seguimiento de progreso, en los cuales los estudiantes deben demostrar su grado de asimilación de los conceptos relacionados con la gestión eficiente de la innovación y la tecnología, y las herramientas que permiten garantizar su calidad (tales como Stage Gate” o el modelo de “Lean Startup”)

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

- Cornella, A., Malet, C., Mompó, F.L., Sánchez Brugarola, J.L. (2015) *VERNE. El Modelo de Innovación de Infonomía*. Zero Factory S.L.
- Kumar, V. (2013) *101 Design Methods. A Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization*. John Wiley & Sons, Inc.
- Radjou, N., Prabuh, J., Ahuja, S.(2012) *Jugaad Innovation*, Jossey-Bass. A Wiley imprint
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2011) *Generación de Modelos de Negocio*. Deusto.
- Reis, E. (2011) *The Lean Startup*, Crown Business.
- Ferràs, X. (2010) *Innovación 6.0*. Plataforma Editorial.
- Adams, D. (2008) *New Product Blueprinting*. The Handbook for B2B Organic Growth. AIM Press.
- Kuczmarski, T., Middlebrooks, A., Swaddling, J. (2001) *Innovating the Corporation. Creating Value for Customers and Shareholders*. NTC Business Books.
- Peters, T (1999) *The Circle of Innovation*. Vintage Books.

HISTÓRICO DEL DOCUMENTO

Modificaciones anteriores

Última revisión

Setiembre de 2017. Dr. Carlos Malet Falcó