

27653 - Gestión de la innovación

Información del Plan Docente

Año académico	2017/18
Centro académico	109 - Facultad de Economía y Empresa
Titulación	450 - Graduado en Marketing e Investigación de Mercados
Créditos	5.0
Curso	4
Periodo de impartición	Segundo Semestre
Clase de asignatura	Optativa
Módulo	---

1. Información Básica

1.1. Introducción

Se trata de una asignatura optativa de final de grado que permite introducir al estudiante en los aspectos fundamentales relativos a la gestión de la innovación en la empresa. Este acercamiento se llevará a cabo desde dos perspectivas diferenciadas. Por un lado, se profundiza en los principios, factores clave y las diferentes tendencias emergentes relativas a la innovación, desde la perspectiva de adquisición de conocimientos. Para pasar, a conocer y utilizar algunas de las herramientas y metodologías más actuales en el campo de la Innovación, como pueden ser metodologías de creatividad, diagnóstico, organización del trabajo en equipo con metodologías ágiles, comunicación y redes sociales, desde una perspectiva eminentemente práctica apoyándonos en la realización de trabajos en cooperación. La Innovación requiere competencias personales y apertura para la cooperación, por lo que en esta asignatura damos los primeros pasos para que el alumno pueda descubrir sus competencias y aprenda a contribuir en la creación de una cultura innovadora.

1.2. Recomendaciones para cursar la asignatura

La asignatura es accesible para cualquier estudiante interesado en el conocimiento de los procesos de diagnóstico, generación, implantación, financiación y difusión de la innovación en el ámbito empresarial (diseño de un Plan de Innovación), así como en adquirir capacidades, competencias y destrezas orientadas a la creatividad, la iniciativa, el trabajo en equipo y la cooperación. No se requieren conocimientos previos específicos aunque si es recomendable haber cursado previamente alguna asignatura de formación básica y obligatoria en las áreas de gestión de empresas y economía. La Innovación debe responder a una estrategia de negocio o empresarial, por este motivo es muy valorable y de interés para el alumno, cursar la asignatura optativa del grado denominada Estrategias de Crecimiento empresarial, debido a las complementariedades que existen entre ambas asignaturas. La utilidad de los conocimientos se maximizan, debido a que las competencias y conocimientos están alineados gradualmente, lo que proporciona una visión completa en Dirección Estratégica Empresarial y Dirección Estratégica vinculada a la Innovación. Estos aspectos son altamente demandados en la actualidad por las empresas, puesto que son la base para la diferenciación y crecimiento de las Organizaciones en los mercados actuales. Debido a la orientación eminentemente prácticas de ambas asignaturas no es excluyente el cursar las dos asignaturas, aunque sí es recomendable.

Por la metodología de enseñanza y aprendizaje es absolutamente recomendable la asistencia regular a clase.

Los recursos de la asignatura están disponibles en el ADD de la Universidad.

1.3.Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

La asignatura parte de la premisa de que las asignaturas de formación básica y obligatorias de la titulación dan prioridad al aprendizaje de las áreas funcionales de la empresa como la producción, las finanzas, el marketing, la gestión de recursos humanos, la contabilidad, etc. Se deja de lado, por tanto, los aspectos directamente relacionados con la Dirección Estratégica y la generación y difusión de innovaciones en el ámbito empresarial, elemento que se constituye en un factor clave para la mejora de la competitividad de las empresas y la creación de valor en todas las áreas funcionales de la empresa. La asignatura trata de cubrir estas lagunas de formación introduciendo al alumno en el aprendizaje de los elementos y herramientas para la adecuada gestión de la innovación en el seno de la empresa.

1.4.Actividades y fechas clave de la asignatura

Las actividades y fechas clave se comunicarán a través de los medios oportunos al comenzar el periodo lectivo de la asignatura, especialmente a través del Anillo Digital Docente (ADD). Las fechas de los exámenes finales se podrán consultar también en la página Web de la Facultad. Es obligación del alumno conocer las actualizaciones que se vayan realizando.

2.Resultados de aprendizaje

2.1.Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante, superando esta asignatura, logra los siguientes resultados...

Capacidades y competencias para identificar sistemas de Innovación

Capacidad de realizar una evaluación y diagnóstico del estado de Innovación de las empresas y detectar sus necesidades en este ámbito.

Capacidades y competencias en determinar las áreas de mejora, desde la perspectiva de Innovación en las empresas

Capacidades y competencias para identificar y evaluar los objetivos, las barreras y los resultados de la innovación.

Capacidades y competencias para identificar y desarrollar las actividades básicas en la gestión de la innovación.

Conocimientos de los modelos y procesos de innovación en sus diferentes tipologías y componentes

Conocer las metodologías y herramientas de foresight empresarial

Conocer los mecanismos de protección de la innovación y explotación de la tecnología

Conocer los instrumentos de financiación específicos para la I+D+i a nivel regional, nacional y europeo.

Valorar y gestionar la dimensión estratégica de la innovación y su relación con la creación de valor.

Relacionar y alinear la estrategia de innovación con la estrategia general de la empresa

2.2.Importancia de los resultados de aprendizaje

La gestión de la Innovación constituye un factor crítico en las Organizaciones del Siglo XXI, para asegurar su posicionamiento y crecimiento dentro del nuevo contexto Global. Los avances tecnológicos están permitiendo la democratización de la información y con ello la posibilidad de desarrollar estrategias de Innovación a todo el tejido empresarial.

La Innovación, se está consolidando como un elemento vertebrador dentro y fuera de las Organizaciones, lo cual está siendo determinante en el nuevo comportamiento de las mismas, ya que si se desea ser innovador y competitivo, la cooperación se hace fundamental, tanto desde una perspectiva interna donde adquiere relevancia la Cultura empresarial, como externamente donde los sistemas de Innovación, las Comunidades y las Redes Sociales están adquiriendo un protagonismo predominante. Este nuevo paradigma está provocando el cambio de los mercados y consecuentemente, de las empresas, así como la Sociedad y los Estados, a través de los emergentes sistemas de Innovación.

Como se ha podido constatar la Innovación trasciende desde la tecnología, a la economía y a la sociedad, convirtiéndose en uno de los principales estandartes de la Nueva Economía. Por este motivo, la asignatura de Gestión de la Innovación, aporta una nueva visión a los alumnos del entorno que les rodea, aportándoles conocimientos y herramientas para la construcción de su propio criterio atendiendo a las actuales condiciones del entorno.

La metodología de la asignatura, no solo pretende aportar conocimientos, sino que ofrece la posibilidad al alumno de conocer las competencias que demanda en este nuevo contexto y le ofrece herramientas y metodologías para poder reconocer y desarrollar sus propias competencias dentro del entorno controlado y académico que nos ofrece esta asignatura.

La asignatura pretende ampliar la visión, dotar de recursos, de metodologías y de herramientas específicas para la adecuada gestión de la innovación en la empresa de forma que repercuta positivamente tanto en los resultados privados como en los resultados sociales de las mismas.

El carácter eminentemente práctico de la asignatura hace que el alumno adquiera estos conocimientos, capacidades y competencias de manera experimental, realizando trabajos en entornos reales y/o con empresas reales, fortaleciendo su confianza e iniciativa.

3.Objetivos y competencias

3.1.Objetivos

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

El objetivo general de la asignatura es contribuir a la formación de los estudiantes de MIM en los aspectos básicos relativos a los procesos de generación y difusión de innovaciones en el ámbito empresarial. Se parte de la premisa de que la innovación se constituye en un elemento fundamental para el crecimiento empresarial y el incremento de la competitividad por lo que es esencial una adecuada gestión de la misma para determinar el futuro de las Organizaciones. Las diferentes vertientes de la Innovación redundan en identificar, definir y mantener las ventajas competitivas de las empresas, convirtiéndose en el pilar fundamental sobre el que se soporta la creación de valor de las empresas en el siglo XXI. Por este motivo, es necesario identificar los objetivos y los efectos de las innovaciones, así como sus impactos sobre los resultados de las empresas. La innovación es el camino por el cual las empresas crean las respuestas a los problemas del entorno y para ello no solo es necesario, prever el futuro, sino que hay que anticiparse y ayudar a construirlo. En esta asignatura se nos invita a considerar el futuro como algo que podemos crear o formar, y no como algo ya decidido. Por este motivo, es necesario prestar atención a los factores que obstaculizan las actividades de innovación así como a las cuestiones sobre la protección de las innovaciones.

27653 - Gestión de la innovación

Es un hecho incontestable que la Estrategia de Innovación debe estar embebida y completamente alineada con la Estrategia empresarial. Por lo que, es determinante establecer una adecuada gestión interna de la innovación en el seno de la empresa, en su cultura, en los sistemas de gestión de información, en los modelos organizacionales conociendo y utilizando las diferentes metodologías y herramientas disponibles para ello.

3.2. Competencias

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

Competencias Específicas

- Comprender el entorno en el que opera la organización, el funcionamiento de la empresa y sus áreas funcionales y los instrumentos de análisis.
- Conocer las estrategias de desarrollo, lanzamiento y posicionamiento de nuevos productos

Competencias Transversales

- De conocimiento.
- De innovación.
- De Gestión del Tiempo.
- Organizativas.
- Comunicativas.
- Compromiso ético y calidad.
- Actitud y respeto a los derechos y valores y no discriminación

4. Evaluación

4.1. Tipo de pruebas, criterios de evaluación y niveles de exigencia

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación:

En **PRIMERA CONVOCATORIA** se dispone de dos sistemas de evaluación:

1. Sistema de **Evaluación Continua**, que se llevará a cabo mediante:

a) Realización de prácticas individuales (30%) en clase donde se evaluará la capacidad de análisis del alumno, mediante la metodología del caso, así como su aportación al grupo. Todo ello se realizará mediante formularios digitales y herramientas para el análisis en cooperación. Se verán conceptos teórico-prácticos alineados con el programa, tanto en contenido como en plazos. Por lo que, esta evaluación constará de, al menos, 3 trabajos individuales, que se realizarán a lo largo de los tres primeros meses de clase (Febrero - Abril).

b) Trabajo individual o en grupo (**30%** de la nota) Se fomentará la iniciativa y creatividad de los alumnos a la hora de determinar la temática y el alcance del mismo. Podrá versar desde el diagnóstico y elaboración de un Plan de Innovación a una empresa real, como a la evolución del Blog de la Asignatura, en cualquiera de sus facetas. Tanto los componentes del equipo como a temática y alcance del mismo será definido entre los alumnos y el profesor, aunque este tiene reservada la potestad de determinar unilateralmente ambos aspectos en caso de no llegar a consenso. En el mes de marzo deberá ser presentado un borrador o esquema del trabajo. Se basará en conceptos teórico-prácticos del programa.

Entrega y defensa del trabajo *se realizará en el mes de mayo.*

27653 - Gestión de la innovación

c) Examen teórico-práctico : **40%** . Será una prueba teórico practica pudiendo contener preguntas tipo test y algún análisis de caso y/o preguntas teóricas a desarrollar. Esta actividad se realizará en el mes de Mayo.

Para superar la asignatura por este sistema es necesario obtener una puntuación mínima de 5 sobre 10, resultado de suma ponderada de las calificaciones obtenidas en las actividades evaluadas y, además, conseguir un mínimo de un 40% de la puntuación correspondiente en cada una de las tres partes

2. Sistema de **evaluación Global** que se llevará a cabo en las convocatorias oficiales. Constará de un examen de carácter teórico-práctico en el que se evaluarán la consecución de los resultados de aprendizaje indicados anteriormente , a través del siguiente tipo de preguntas:

- preguntas relacionadas con los contenidos teóricos que representarán el 40% de la puntuación. Estas preguntas serán de tipo test.
- preguntas de desarrollo relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura que representarán el 20% de la puntuación
- Análisis de un caso práctico, relacionado con los contenidos prácticos de la asignatura. Este apartado representará un 40% de la nota.

Para superar la asignatura por este sistema es necesario obtener una puntuación mínima de 5 sobre 10

En **SEGUNDA CONVOCATORIA** se llevará a cabo un sistema de **evaluación global** , realizado en la fecha marcada por la Comisión del Centro, que seguirá las normas establecidas para el sistema global de la primera convocatoria.

CRITERIOS DE VALORACIÓN

Se valorará que el estudiante conozca, entienda y sea capaz de utilizar, en diferentes contextos, los conceptos y herramientas estudiados en clase. Además, se valorará la capacidad para integrar y sintetizar los conocimientos adquiridos.

5. Metodología, actividades, programa y recursos

5.1. Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

Al tratarse de una asignatura de último curso del Grado se entiende que en el aprendizaje del alumno pesa algo más la capacidad para aplicar conocimientos ya adquiridos, que la adquisición de conocimientos totalmente nuevos. Por eso el proceso de aprendizaje se ha diseñado para que el estudiante se implique en la resolución de casos prácticos, en la discusión de ideas y propuestas con el resto de la clase, y en el trabajo en equipo a través de la elaboración de un trabajo final. El trabajo del alumno, en la preparación de los casos y en la posterior discusión en clase de los resultados, se completa con clases magistrales con mayor protagonismo del profesor en la transmisión de conocimientos.

5.2. Actividades de aprendizaje

27653 - Gestión de la innovación

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

- 1.- Clases magistrales en las que el profesor expone los contenidos básicos de cada tema, justificando su relevancia y proporcionando conceptos y herramientas útiles para resolver los casos prácticos.
- 2.- Casos prácticos que representan situaciones empresariales relativamente complejas y poco estructuradas que obligan al estudiante a identificar correctamente el problema, identificar alternativas de solución, valorarlas y decantarse por una o varias de ellas y luego defender la decisión en clase delante de sus compañeros.
- 3.- **Visitas a Instituciones relacionadas con la Innovación** representativas de la Comunidad.
- 4.- Lecturas de artículos, capítulos de libros de contenido académico y documentos oficiales que completen los aspectos conceptuales de cada tema expuestos por el profesor.
- 5.- Tutorías individuales y personalizadas a las que cualquier alumno puede acudir las veces que lo desee.

5.3. Programa

Tema 1: Globalización y la Economía de la Innovación

Tema 2: La Innovación

1. Introducción: la jungla semántica
2. Innovación: definición y clasificaciones
3. Tipos de Innovación
4. Agentes económicos que participan en la innovación
5. El proceso innovador

Tema 3: La innovación en la empresa

1. Introducción
2. La importancia de la Innovación para la empresa
3. El modelo empresarial de la innovación en sentido amplio
4. Gestión de equipos para el desarrollo de innovaciones

5. Situación actual de la gestión de la innovación
6. Determinantes internos y externos de la innovación
7. Contacto interorganizacional: redes sociales y entornos colaborativos

Tema 4: Dirección Estratégica de la Innovación

1. Concepto de Estrategia
2. Aspectos Fundamentales de Estrategia
3. Concepto de Estrategia Innovación y Estrategia Tecnológica
4. Plan Tecnológico

Tema 5: Sistemas de Gestión de la Innovación

1. Fundamentos de los Sistemas de Gestión Innovación
2. Elementos clave de un Sistema de Gestión Empresarial
3. El Marco de la Gestión de Innovación
 1. Requisitos necesarios
 2. La normativa vigente
4. La protección de los resultados de la innovación

Tema 6: Metodologías y Herramientas de Innovación

1. Introducción y Concepto: Prospectiva y Vigilancia Tecnológica
2. La organización de la vigilancia tecnológica en la empresa
3. La prospectiva y su evolución (Foresight)
4. Metodologías de Foresight
5. Sistemas de Inteligencia Competitiva

6. Gestión del Conocimiento

7. Rediseño organizativo

8. Herramientas para la gestión de la innovación

Tema 7: El Sistema de Innovación español y europeo.

Tema 8: Indicadores y Métricas del sistema de Innovación

5.4. Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos.

La impartición del curso se realiza a lo largo de 50 horas presenciales divididas en partes aproximadamente iguales en clases magistrales y en clases prácticas, que podrán estar dedicadas a la discusión de casos prácticos o a la realización de trabajos en grupo. En cada una de las nueve primeras semanas, las clases semanales se reparten en una clase magistral y una clase de carácter práctico.

5.5. Bibliografía y recursos recomendados

[BB: Bibliografía básica / BC: Bibliografía complementaria]

- [BB] Gómez Vieites, Álvaro. La innovación : factor clave del éxito empresarial / Álvaro Gómez Vieites, José Luis Calvo González . Paracuellos de Jarama, Madrid : Ra-Ma, D.L. 2010
- [BB] Velasco Balmaseda, Eva. La gestión de la innovación : elementos integrantes y su aplicación en empresas innovadoras del País Vasco / Eva Velasco Balmaseda . [Bilbao] : Universidad del País Vasco, Servicio Editorial = Euskal Herriko Unibertsitatea, Argitalpen Zerbitzua, D.L. 2010
- [BC] López Mielgo, Nuria. Cómo gestionar la innovación en las pymes / Nuria López Mielgo, José Manuel Montes Peón, Camilo José Vázquez Ordás. Oleiros (La Coruña) : Netbiblo, [2007]
- [BC] OCDE / Comunidades Europeas. Manual de Oslo : Guía para la recogida e interpretación de datos sobre la innovación. 2007 Organización de Cooperación y Desarrollo Europeo [Acceso a texto completo. Ver URL]

Listado de URL

- OCDE / Comunidades Europeas. Manual de Oslo : Guía para la recogida e interpretación de datos sobre la innovación. - 2007 [http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/manual-de-oslo_9789264065659-es]