

## PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2018-2019

<b>Identificación y características de la asignatura</b>			
Código	401858	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	Gestión de la Innovación		
Denominación (inglés)	Innovation Management		
Titulaciones	Máster en Creación de Empresas e Innovación		
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Semestre	1	Carácter	Obligatoria
Módulo	Dirección de la Innovación		
Materia	Gestión de la Innovación		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
Francisco Javier Miranda González	72	fmiranda@unex.es	<a href="http://merkado.unex.es/miranda">http://merkado.unex.es/miranda</a>
Área de conocimiento	Organización de Empresas		
Departamento	Dirección de Empresas y Sociología		
Profesor coordinador (si hay más de uno)			
<b>Competencias</b>			
CG2 - Habilidad en la búsqueda de información necesaria para realizar un análisis estratégico previo a los procesos de creación de empresas e innovación.			
CG3 - Capacidad de análisis y vigilancia del entorno empresarial (jurídico, fiscal, social, institucional, etc.).			
CG4 - Capacidad de adaptación a ambientes cambiantes generados con motivo de los procesos de innovación empresarial.			
CG5 - Conocimiento del contexto institucional de la innovación empresarial.			
CG7 - Capacidad para liderar equipos de innovación y coordinar las actividades de un grupo de emprendedores.			
CG9 - Capacidad de comprender la importancia de la tecnología dentro de la empresa actual.			
CG11 - Capacidad para diseñar, implementar y gestionar proyectos innovadores avanzados.			
CG12 - Capacidad para identificar, desarrollar y crear oportunidades de mercado en las empresas a través de la gestión de la creatividad y la innovación.			
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación			
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio			
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios			
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades			

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
CT1 - Capacidad para trabajar en equipos interdisciplinares.
CT2 - Capacidad para trabajar en ambientes de presión.
CT3 - Capacidad crítica y autocrítica.
CT4 - Capacidad de comunicación, negociación y habilidad para la resolución de conflictos.
CT5 - Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
CT6 - Dominio de las TIC.
CE1 - Conocimiento de las técnicas de investigación y de las herramientas de diagnóstico avanzado para poder elaborar un informe de carácter técnico de consultoría en el ámbito de la innovación.
CE3 - Conocimiento teórico e instrumental necesario para el ejercicio de una actividad profesional de alto nivel para el diseño y gestión de planes estratégicos, programas y proyectos avanzados relacionados con la innovación y la creación de empresas.
CE4 - Capacidad para identificar, desarrollar y crear oportunidades de mercado en las empresas a través de la gestión de la creatividad y la innovación.
CE5 - Habilidades relacionadas con la capacidad para diseñar, ejecutar, gestionar y mejorar nuevos sistemas productivos y logísticos avanzados en un entorno de colaboración interempresarial
CE7 - Conocimiento de los instrumentos que permiten vigilar el entorno empresarial y tecnológico a nivel profesional.
CE8 - Capacidad para evaluar el impacto y oportunidades que pueda generar el entorno de las empresas a la hora de realizar proyectos de innovadores de carácter avanzado.
CE9 - Capacidad para dirigir procesos de innovación en las organizaciones.
CE10 - Capacidad para interpretar las oportunidades de innovación desde un enfoque basado en la orientación al mercado, la existencia de demanda no satisfecha y el análisis de resultados esperados.
CE11 - Capacidad para integrar y aplicar las nuevas tendencias en gestión de la innovación de modo rentable y efectivo en la empresa u otras organizaciones.
CE13 - Capacidad para aplicar el marco legal de la protección de los resultados de la innovación.
CE15 - Habilidad para gestionar los flujos tecnológicos en las organizaciones para incorporar la tecnología en la empresa.
CE16 - Capacidad para aplicar las técnicas de generación de ideas y de creatividad para crear nuevas ideas de negocio o procesos de innovación en las organizaciones.

<b>Contenidos</b>
<b>Breve descripción del contenido</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia empresarial y estrategia innovadora.</li> <li>• Características de la organización innovadora.</li> <li>• El proceso de diseño y desarrollo de nuevos productos.</li> <li>• Creatividad e innovación: técnicas de creatividad.</li> <li>• El desarrollo externo de nuevos productos.</li> <li>• Técnicas de vigilancia y prospectiva tecnológica.</li> </ul>
<b>Temario de la asignatura</b>
<p>Denominación del tema 1: Estrategia empresarial y estrategia innovadora</p> <p>Contenidos del tema 1:</p> <p>1.1.- La dimensión estratégica de la innovación.</p> <p>1.2.- Características de la organización innovadora.</p> <p>1.3.- El acceso a la tecnología en la empresa</p> <p>1.4.- Estrategia de innovación tecnológica.</p>
<p>Denominación del tema 2: El proceso de diseño y desarrollo de nuevo productos</p> <p>Contenidos del tema 2:</p> <p>2.1.- Concepto.</p> <p>2.2.- Fases del proceso de diseño y desarrollo de nuevos productos.</p> <p>2.3.- El tiempo en el proceso de diseño y desarrollos.</p> <p>2.4.- Desarrollo externo de nuevos productos: alianzas estratégicas</p>
<p>Denominación del tema 3: Identificación y generación de oportunidades, generación y selección de ideas</p> <p>Contenidos del tema 3:</p> <p>3.1 Sistema de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva</p> <p>3.2 Identificación de oportunidades</p> <p>3.3. Creatividad e innovación</p> <p>3.4. Técnicas de desarrollo de la creatividad</p> <p>3.5 Evaluación y selección de ideas</p>
<p>Denominación del tema 4: La organización del proceso de diseño y desarrollo de nuevos productos</p> <p>Contenidos del tema 4:</p> <p>4.1. Introducción</p> <p>4.2. Técnicas de gestión simultánea</p> <p>4.3. Procesos de desarrollo por etapas</p> <p>4.4. Equipos de desarrollo multifuncionales</p>
<p>Denominación del tema 5: El diseño de un nuevo producto</p> <p>Contenidos del tema 5:</p> <p>5.1 Introducción</p> <p>5.2 Despliegue de la Función de Calidad (QFD)</p> <p>5.3 Análisis conjunto</p> <p>5.4 Diseño para la Excelencia</p> <p>5.5 Transferencia rápida de diseño.</p> <p>5.6 Tecnología de grupo</p> <p>5.7 Análisis de modos de fallos y sus efectos</p> <p>5.8 Diseño, fabricación e ingeniería asistidas por ordenador</p> <p>5.9 Product Data Management (PDM)</p>

Denominación del tema 6: Pruebas, protección y lanzamiento del producto  
 Contenidos del tema 6:  
 6.1 Fabricación de prototipos  
 6.2 El test de producto  
 6.3 Pruebas de mercado  
 6.4 La protección de las innovaciones  
 6.5 El lanzamiento del nuevo producto

**Actividades formativas\***

Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial		Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	SL	TP	EP
1		4	2		10
2		8	2		10
3		12	6		25
4		4	4		15
5		8	4		20
6		4	2		10
<b>TOTAL</b>	150	40	20		90

GG: Grupo Grande (100 estudiantes).  
 SL: Seminario/Laboratorio (prácticas clínicas hospitalarias = 7 estudiantes; prácticas laboratorio o campo = 15; prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas = 30, clases problemas o seminarios o casos prácticos = 40).  
 TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).  
 EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

**Metodologías docentes**

- Expositiva-participativa. Clases magistrales en pizarra y/o con apoyo de medios audiovisuales en grupo grande.
- Seminarios. Reuniones cuyo objetivo es realizar un estudio profundo de determinadas materias con un tratamiento que requiere una interactividad entre ponente y asistentes.
- Actividad no presencial de aprendizaje mediante el estudio de la materia, el análisis de documentos, la elaboración de memorias.
- Simulador de decisiones empresarial

Resultados de aprendizaje
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saber identificar los principales modelos de transferencia de tecnología.</li> <li>• Aplicar las principales herramientas de vigilancia y prospectiva tecnológica.</li> <li>• Capacidad para poner en marcha una nueva iniciativa innovadora.</li> <li>• Capacidad para trabajar en equipos multidisciplinares.</li> </ul>
Sistemas de evaluación
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación con aprovechamiento en las clases presenciales (20%)</li> <li>• Realización de trabajos y su presentación (30%)</li> <li>• Pruebas individuales (50%)</li> </ul> <p>Para aprobar la asignatura el alumno debe superar un examen final escrito, en el que se evaluarán los conocimientos teóricos-prácticos y las habilidades adquiridas, así como la comprensión de los temas expuestos en clase y del material complementario.</p> <p><b>Sistema de evaluación presencial</b></p> <p>Para que el alumno tenga una implicación más continuada en la materia se considerará la participación y asistencia del alumno a las clases teóricas y a las prácticas, entrega de casos, trabajos en grupo, defensa de trabajos en el aula, participación en el foro, resolución de problemas en clase, comentarios..., al final de cada tema.</p> <p><b>Sistema de evaluación no presencial</b></p> <p>Aquellos alumnos que manifiestan incompatibilidad horaria para asistir a las clases, deberán comunicar al profesor dicha situación desde el inicio del curso académico, durante los primeros quince días.</p> <p>Tal como indica el artículo 4.6 de la Normativa de evaluación de los resultados de aprendizaje y de las competencias adquiridas por el alumnado en las titulaciones oficiales de la Universidad de Extremadura, para los alumnos no presenciales existirá "una prueba final alternativa de carácter global, de manera que la superación de ésta suponga la superación de la asignatura", es decir, dicha prueba supondrá el 100% de la calificación.</p> <p>Para ser evaluado el alumno, en ambos sistemas, deberá incorporar una fotografía reciente a su perfil en el campus virtual de la UEx, durante los primeros quince días del curso.</p>

## Bibliografía (básica y complementaria)

### Básica

- Crawford & Benedetto (2014). *New Product Management*. Ed. Mac Graw-Hill
- Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- Trott, P. (2008). *Innovation management and new product development*. Pearson education.

### Complementaria

- Afuah, A. (2003). *Innovation management: strategies, implementation and profits*. Oxford University Press, USA.
- Bañegil, T. M. y Miranda, F.J.: "La gestión del tiempo: Un factor competitivo en el desarrollo de nuevos productos". Ed. Pirámide, Madrid, 2001.
- Bañegil, T. M. y Miranda, F.J.: "La gestión del tiempo de mercado como estrategia empresarial". Capítulo dentro del libro "Dirección Estratégica" dirigido por Morcillo, P., Editorial Ariel, Madrid, 2002.
- Johnson, G. y Scholes, K.: "Exploring Corporate Strategy. Text and Cases". Ed. Prentice Hall, Hertfordshire, 3ª Edición, 1993.
- Lambkin, M.: "Order of entry and performance: the experience of start-up ventures". *The PIMSletter*, nº 41, The Strategic Planning Institute, Cambridge, MA, 198
- Nuchera, A. H., Morote, J. P., & Serrano, G. L. (2002). *La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones*. Ediciones Pirámide.
- Miranda, F. J., Rubio, S., Chamorro, A. y Bañegil, T. M.: "Manual de Dirección de Operaciones". Ed. Thomson Learning, Madrid, 2004.
- Lerma Kirchner, A. E.: "Guía para el desarrollo de productos: una visión global". Ed. Thomson, México, D.F, 2004.
- Majaro, S.: "Creatividad y marketing". Díaz de Santos, México 1994.
- Marín, R. y de la Torre, S.: "Manual de la Creatividad", Editorial Vicens Vives. Barcelona. 1991.
- Mihalko, M.: "Thinkertoys. Cómo desarrollar la creatividad en la empresa." Editorial Gestión 2000. Barcelona. 1999.
- Neuronilla. <http://www.neuronilla.com>.
- Osborn, A.: "Imaginación Aplicada", Creative Education Foundation Press. Buffalo. 1993.
- Sánchez, T. W. S., de Souza Paula, M. C., Gaínza, E., Cabrera, E. M., Sbragia, R., Nogales, J. M., ... & Castells, P. E. (2006). *GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN*.
- Takeuchi, H. y Nonaka, I.: "El Nuevo Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos". *Harvard - Deusto Business Review*, trimestre 1º, 1987.

## Otros recursos y materiales docentes complementarios

- Canal HD: Habilidades Directivas:  
<https://www.youtube.com/user/merkadocanalHD?feature=mhee>
- Cátedra de Innovación: <http://catedrainnovacion.unex.es>
- Documental: Un día en El Bulli:  
<http://www.youtube.com/watch?v=xuSqdro3ALU>
- Documental "Fábrica de ideas":  
<http://www.youtube.com/watch?v=poeODGWoiZM&feature=related>
- Especialistas en creatividad e innovación: Neuronilla:

- <http://www.neuronilla.com/>
- Impiva disseny:  
[http://www.impivadisseny.es/index.php?option=com\\_content&task=view&id=70&Itemid=76](http://www.impivadisseny.es/index.php?option=com_content&task=view&id=70&Itemid=76)
- Marketing Lateral: Atreverse a cambiar o dejarse morir:  
<http://www.microsoft.com/business/es-es/Content/Paginas/article.aspx?cbcid=430>
- QFD Institute: <http://www.qfdi.org/>
- Product Development and Management Association (PDMA): <http://www.pdma.org>
- Prototipos rápidos y moldes: <http://www.protorapid.com>
- Revista Robotiker: <http://revista.robotiker.com>

### Horario de tutorías

**Despacho:** Nº 72, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

#### Días-Horas (semana)

- Periodo lectivo (primer semestre): lunes, martes y miércoles de 11:00 a 13:00
- Periodo lectivo (segundo semestre): lunes, martes y miércoles de 11:00 a 13:00
- Periodo no lectivo: lunes de 10 a 13 horas y martes de 10:00 a 13:00

### Recomendaciones

Se recomienda la asistencia diaria del alumno a las clases para el correcto entendimiento de la materia. Así como la consulta de la bibliografía para completar la materia explicada en los grupos grandes.

Para facilitar el seguimiento de las clases, disponemos de una página en el campus virtual de la UEx. En este sitio encontrará material didáctico (estudio de casos, problemas con solución, acceso al foro...) para facilitar la adquisición de conocimientos y competencias en esta disciplina.