



centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUÍA DOCENTE 2018-19

Creatividad e Innovación
(Desarrollo Profesional II)

Febrero 2019

DATOS GENERALES

Asignatura:	Desarrollo Profesional II (Creatividad e Innovación)
Código:	
Curso:	2018-19
Titulación:	Grado en Marketing y Comunicación Digital/ Grado en ADE
Nº de créditos (ECTS):	6
Requisitos:	
Ubicación en el plan de estudios:	1er curso, 2º cuatrimestre
Fecha de la última revisión:	Febrero 2019
Profesor Responsable:	Dr. Saleh Farazi saleh.farazi@euncet.es

1 DESCRIPCIÓN GENERAL

Esta parte de la serie de asignaturas de “Desarrollo profesional” se llama “Creatividad e innovación”. Se destaca la importancia de la innovación en la economía actual y cómo la personas y las organizaciones creativas están dando forma a la misma. Se trata de la gestión estratégica de la tecnología y la innovación. Es decir, estudiar el proceso de innovación y cambio tecnológico en las empresas y sus implicaciones para la empresa e industria. Más específicamente, durante este curso evaluamos la dinámica competitiva del proceso de innovación y hablamos de cómo las empresas formulan y Implementar su estrategia de innovación tecnológica.

Aunque se basa en la investigación y la teoría, este curso también está orientado a la práctica. Se analizarán a fondo situaciones específicas de la vida real y se espera que los estudiantes discutan Estudios de Caso. Estos casos vienen en una amplia variedad de empresas que van desde pequeñas empresas a grandes multinacionales.

Atención: Aunque el idioma en las clases y el examen es castellano, se trabajará con material en inglés, por lo que se anima a los estudiantes a esforzarse en el uso de este idioma.

2 OBJETIVOS

En resumen, este curso tiene como objetivo:

- Comprender qué es el proceso de innovación, por qué importa y cómo las empresas y sus directivos se encargan de ello.
- Aprender los diferentes tipos de innovación y los patrones de innovación tecnológica en una industria
- Aprender a gestionar la innovación empresarial en la práctica.

3 CONTENIDOS

TEMA 1: La creatividad, la innovación y la dirección estratégica

Contenido

- Que significa innovación
- Que significan creatividad individual y organizativa
- El impacto de la innovación tecnológica
- El embudo de innovación
- La dirección estratégica de la innovación

TEMA 2: Fuentes de la innovación

Contenido

- La transferencia de la creatividad en innovación
- I+D y Innovación en redes de colaboración

TEMA 3: Tipos y patrones de la innovación

Contenido

- Tipos de innovación
- Curvas tecnológicas con forma de "S"
- Ciclos tecnológicos

TEMA 4: Batallas de estándar y dominio del diseño.

Contenido

- Por que se seleccionan los diseños dominantes
- Múltiples dimensiones de valor
- Valor intrínseco de una tecnología
- Valor de las externalidades de red

TEMA 5: Momento de entrada

Contenido

- Ventajas de mover primero
- Desventajas de mover primero
- Factores que determinan el momento de entrada optimo
- Estrategias para mejorar la elección del momento de entrada

TEMA 6: Establecer la orientación estratégica de la organización

Contenido

- Evaluación de la posición actual de la empresa (Análisis externo e interno)
- Identificación de las competencias esenciales y de las capacidades
- Propósito estratégico

TEMA 7: Selección de proyectos de innovación

Contenido

- Es presupuesto de desarrollo
- Métodos cuantitativos para la elección de proyectos
- Métodos cualitativos para la elección de proyectos

TEMA 8: Estrategias de colaboración

Contenido

- Razones para hacer I+D en solitario
- Ventajas de colaboración
- Elección de un modo de colaboración
- Elección y control del socio

4 METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Las sesiones se basarán en

- clase expositiva
- debates sobre temas sugeridos por el profesor
- casos prácticos, realizados en parte en clase y complementado con el trabajo individual en casa.
- y presentaciones por parte de los alumnos

5 EVALUACIÓN

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado del estudiantado. Un 40% de la nota se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 60% porcentaje restante, del examen final presencial. El examen final tiene dos convocatorias.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

- **$NF = \text{Nota Examen Final} \times 60\% + \text{Nota Evaluación Continua} \times 40\%$**
- Nota mínima del examen final para calcular la NF será de 40 puntos sobre 100.
- La asignatura queda aprobada con una NF igual o superior a 50 puntos sobre 100.

El 40% de la evaluación continua esta compuesto por tres partes:

15% Cinco controles parciales (uno cada dos semanas)

10% participación y tareas

15% Trabajo final (en grupos de cuatro personas)

6 BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Schilling, M. A., & Martínez, F. J. F. (2008). Dirección estratégica de la innovación tecnológica (No. Sirsi) i9788448165994). Santiago: McGraw-Hill.

Enlace para alquilar el libro digital:

http://www.ingebook.com/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=5252

7 BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

TEXTOS RECOMENDADOS:

Escorsa Castells, P. y Valls Pasola, J. (2003). Tecnología e Innovación en la Empresa. Ediciones UPC, Barcelona.

Fernández Sánchez, E. (1996). Innovación Tecnológica y Alianzas Estratégicas. Editorial Civitas.

Fernández Sánchez, E. (2005). Estrategia de Innovación. Thomson.

Hidalgo Nuchera, A., León Serrano, G. Y Pavón Morote, J. (2002). La gestión de la Innovación y la Tecnología en las Organizaciones. Ed. Pirámide.

Tidd, J., Bessant, J. Y Pavitt, K. (2005). Managing Innovation. Integrating technological, market and organizational change. John Wiley & Sons, Ltd, 3ª Ed.

Tidd, J. y Bessant, J. (2009). Managing Innovation. Integrating technological, market and organizational change. John Wiley & Sons, Ltd, 4ª Ed.