



Euncet
Business
School

centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUÍA DOCENTE de
Disrupción competitiva e
innovación
POSGRADO EN INNOVATION
MANAGEMENT

DATOS GENERALES

Nombre del curso:	Disrupción Competitiva e Innovación
Código:	PIM-DCI
Curso:	2019-2020
Titulación:	Posgrado en innovation management
Nº de créditos (ECTS):	5
Requisitos:	Sin requisitos previos
Fecha de la última revisión:	Diciembre 2019
Profesor Responsable:	Dr. Marc Sansó

1 DESCRIPCIÓN GENERAL

El curso tiene un doble enfoque estratégico-tecnológico, a partir del cual nos aproximaremos a los conceptos esenciales para la modelización de la innovación en el entorno competitivo actual y el concepto de disrupción. El eje central radica, pues, en el análisis del profundo impacto de la tecnología tiene en el desarrollo de nuevos modelos de negocio, innovación disruptiva y consolidación de nuevos agentes en el negocio. Sus objetivos específicos son cuatro:

1. Entender el concepto de innovación disruptiva y su efecto en el cambio de paradigma competitivo.
2. Contextualizar la importancia de la tecnología en el desarrollo competitivo y crecimiento de la organización, entendiéndola desde un punto de vista estratégico y una perspectiva de transversal.
3. Comprender los diferentes estadios de desarrollo de la tecnología y su relación con las sucesivas fases de desarrollo del ciclo de vida del negocio, adaptando la estrategia y operativa del modelo competitivo de la empresa a los requerimientos de cada una de ellas
4. Analizar el mapa tecnológico actual, con un énfasis en las tecnologías clave en los diferentes horizontes temporales y la identificación de criterios de selección e inversión de las tecnologías centrales para cada empresa.

2 OBJETIVOS

- Aumentar la capacidad de análisis estratégico de entornos competitivos, caracterizando sus elementos esenciales desde un punto de vista de cliente y factores de competitividad.
- Caracterizar la vulnerabilidad del modelo de negocio de la empresa frente a los procesos de cambio
- Aprender a reformular la estrategia global y general de la empresa desde una perspectiva de adaptación al cambio.
- Conocer las palancas internas de la organización para sistematizar la innovación como respuesta organizativa a los procesos de cambio
- Comprensión del impacto de la tecnología en áreas de negocio de la empresa.

3 CONTENIDOS

TEMA 1: Cambio en entornos competitivos

Resultado del aprendizaje: nociones básicas de disruptión y el rol de la tecnología en la misma. Comprensión de la evolución de una tecnología disruptiva

1.1. Patrones de desarrollo de adopción de nuevos paradigmas tecnológicos

1.2. El Hype Cycle de Madurez de tecnologías

1.3. Caracterización competitiva de los modelos dinámicos asociados al cambio tecnológico

1.4. Análisis de vulnerabilidades del modelo corporativo: costes asociados al cambio.

TEMA 2: Proceso de innovación estratégica: perspectiva de empresa

Resultado del aprendizaje: Anñal

2.1. Análisis de la tecnología clave y las verticales de negocio más profundamente impactados. Persistir en base diferentes horizontes temporales

2.2. Análisis aplicado, en base a casos de negocio concretos de variables competitivas y creación de modelos de negocio. Relación entre la tecnología y el desarrollo del negocio a través de sus diferentes fases.

TEMA 3: Proceso de innovación estratégica: perspectiva de negocio

3.1. Innovación y estrategia: variables competitivas

3.2. Negocios de explotación. Negocios de exploración

3.3. La organización ambidiestra

3.4. Estrategia adaptada al ciclo de vida de producto

TEMA 4: Paradigma digital: impacto en negocios tradicionales

4.1. Innovación en modelos de negocio digitales

4.2. Redefinición de industrias impactadas por la disrupción digital

4 METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Combinación de sesiones magistrales y casos prácticos. Del participante en el programa se espera una implicación activa en las sesiones, tanto reactiva como proactivamente. La resolución del caso práctico en grupos es un eje central de la asignatura.

5 EVALUACIÓN

NOMBRE	CATEGORIA	A TENER EN CUENTA	%*
Caso Tesla	Caso	Grupal	15%
Caso Smartphone Wars	Caso	Grupal	15%
Caso UBER	Caso	Grupal	10%

6 BIBLIOGRAFÍA

- DANS, Enrique: *Todo va a cambiar*. Ed. Deusto (2010)
- SANSÓ, MARC: *The Value Trail: How To Effectively Understand, Monitor and Deploy Successful Business Models*. Ed. Ashgate-Gower
- FENN, Jackie: *Mastering the Hype Cycle: How to Choose the Right Innovation at the Right Time* Harvard Business Review Press (2008)
- Majerus, Norbert: *Lean-Driven Innovation*. Routledge, 2015