



centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUÍA DOCENTE de
Intrapreneurship & Design
Thinking
POSGRADO EN INNOVATION
MANAGEMENT

[2019-20]

DATOS GENERALES

Nombre del curso: Intrapreneurship and design thinking

Código: PIM-IDT

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: Pol Hortal

1 DESCRIPCIÓN GENERAL

La asignatura tiene como objetivo dar una visión global del intraemprendimiento en su más amplio sentido. Con este objetivo, se tendrá en cuenta la conceptualización y desarrollo de actividades estratégicas vinculadas con la innovación, en el sí de una organización y con tres diferentes focos:

- La generación de nuevos productos y servicios adyacentes a los actuales.
- La adopción de metodologías y *mindset* vinculados con la innovación.
- La creación de vías de relación con start-ups o agentes de innovación ya sea aceleradoras, incubadoras, etc...

Además, la asignatura dará una visión teórico/práctica de las metodologías de innovación Design Thinking, Sprint y Lean Start-up. Para ello, se tendrá en cuenta:

- Poner foco en la curiosidad, empatía, creatividad y aprendizaje validado.
- Ofrecer y utilizar herramientas claras y sencillas que puedan ser de utilidad en el día a día de los alumnos.
- Exponer y analizar casos prácticos de éxitos que ayuden a la comprensión de las metodologías y su implementación.

2 OBJETIVOS

La asignatura tiene cuatro grandes objetivos claros:

- Entender y analizar el *porqué* de la importancia de la innovación en el sí de una organización y el contexto actual de cambio acelerado.
- Profundizar en el desarrollo de programas de intraemprendimiento.
- Comprender las vías más comunes de colaboración entre empresas establecidas y start-ups.
- Conocer metodologías colaborativas y creativas vinculadas con la innovación como el Design Thinking.

3 CONTENIDOS

Capítulo 1: Analizando la Innovación Disruptiva

En este primer capítulo nos fijaremos en el crecimiento exponencial de las tecnologías digitales y cómo están transformando las cadenas de valor en los distintos sectores.

Además, analizaremos las dificultades de las empresas establecidas en poder innovar y pondremos foco en las vías de colaboración más comunes entre corporaciones y Start-ups.

Para ello, tendremos en cuenta los siguientes aspectos:

- 1.4 ¿Qué es una Strat-up y cuáles son sus fases de crecimiento?
- 1.5 Vías de colaboración entre organizaciones y Start-ups.

Capítulo 2: Intraemprendimiento

En el segundo capítulo, ahondaremos en la conceptualización, diseño y desarrollo de programas de intraemprendimiento basados en ampliar los productos y servicios del portafolio de negocio o en el cambio cultural de una organización.

Con este objetivo, trabajaremos con casos reales de corporaciones como Enel y Chiesi; y tendremos en cuenta los siguientes puntos:

- 2.1 La apuesta por la innovación desde dentro.
- 2.2 Detalle de programas de intraemprendimiento.
- 2.3 El perfil del intraemprendedor.
- 2.4 Casos prácticos.

Capítulo 3: Metodologías de innovación: Design thinking

En el tercer y último capítulo veremos en profundidad las metodologías de innovación basadas en la creatividad y el aprendizaje validado.

Para hacerlo, ahondaremos en la metodología, las herramientas y dinámicas; y las buenas prácticas para su implementación.

En este capítulo, tendremos en cuenta los siguientes puntos:

- 3.1 Detalle de las metodologías de innovación.

- 3.2 Ideación y creatividad.
- 3.3 Prototipaje rápido.
- 3.4 Buenas prácticas para su implementación.
- 3.5 Análisis de casos.

4 METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

El curso se desarrolla en tres grandes áreas: el aprendizaje teórico a través de las lecciones impartidas por el profesor, el trabajo individual con los recursos proporcionados; y el aprendizaje práctico a través del trabajo grupal.

El curso se desarrollará en torno a varios casos de estudio. Se llevarán a cabo sesiones específicas para el desarrollo de los casos, junto con sesiones de prácticas de distintas técnicas y herramientas según sea necesario.

5 EVALUACIÓN

Nombre	Categoría	Descripción	%
Caso Nypro	Caso	Trabajo en grupo	15
Caso Chiesi	Caso	Trabajo individual	20
Caso FontVella	Caso	Trabajo individual	20
Análisis de proyectos	Casos	Trabajo en grupo	45

6 BIBLIOGRAFÍA

6.1 BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ANDERSON, Chris (2012) *Makers: The New Industrial Revolution* New York: Crown Business

BIRSEL, Ayse (2017) *To Come Up with a Good Idea, Start by Imagining the Worst Idea Possible* Harvard Business Review. Available at: <http://bit.ly/2uPcqz4>

CESPEDES, Frank V; Eisenmann, Thomas R & BLANK, Steven G (2011) *Customer Discovery And Validation for Entrepreneurs* Harvard Business Publishing. Available at: <http://bit.ly/2z42Pa1>

CHRISTENSEN, Clayton (1997) *The Innovator's Dilemma* Boston: Harvard Business School

DAVILA, Toni; EPSTEIN, Marc (2012) *Making Innovation Work* FT Press: London

CASTELLTORT MIKKELSEN, Albert & ROURE ALOMAR, Juan (2015) *Emprendiendo en la era Lean ¿por qué nos adentramos en ella?* [online] IESE Business School Publishing: Available at: <http://bit.ly/2b66cjt>

FERNANEZ, Obie; OWENS, Trevor (2014) *The Lean Enterprise* John Wiley & Sons, Inc: New Jersey

FOSTER, Richard N (1986) *Innovation: The Attacker's Advantage* New York: Summit Books
GRAY, Dave; BROWN, Sunni & MACANUFO James (2010) *Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rulebreakers and Changemakers* O'Reilly: Sebastopol, California

KELLEY, Tom [2001] *Prototyping is the shorthand of innovation* DMI Review Volume 12 Issue 3. Available at: <http://bit.ly/2wCyM7l>

KOLB, David (2015) *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development* Financial Times / Prentice Hall: London

ISMAIL, Salim; MALONE, Michael S.; VAN GEEST, Yuri (2014) *Exponential Organizations* New York: Diversion Books

MARKMAN, Art (2017) *How You Define the Problem Determines Whether You Solve It* Harvard Business Review. Available at: <http://bit.ly/2rIQLb9>

MILLER, Paddy; WEDELL-WEDELLSBORG, Thomas (2013) *Innovation as Usual: How to Help Your People Bring Great Ideas to Life* Harvard Business Review Press: Cambridge MA

RANSOM, Diana (2013, February) *Angels in America: A Look at Angel Investment Growth Across the U.S.* Retrieved from: <https://www.entrepreneur.com/article/225887> [Last Accessed November 8th, 2016]

RIES, Eric (2011) *The Lean Startup* New York: Crown Business

RIES, Eric (2016) *The Leader's Guide*

TALEB, Nassim Nicholas (2013) *Antifragile: Things That Gain From Disorder* Penguin: London

6.2 BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Dumpster diving: an Introduction:

<http://www.kuro5hin.org/story/2003/1/29/215523/088><http://www.kuro5hin.org/story/2003/1/29/215523/088>

The Trouble With Teamwork:

<http://www.hillconsultinggroup.org/assets/pdfs/articles/trouble-w-teamwork.pdf3>.

Five Keys To Successful Design Research:

http://www.core77.com/hack2work/2009/09/five_keys_to_successful_design.asp

An introduction to personas and how to create them:

http://www.steptwo.com.au/papers/kmc_personas/index.html

Consumer Insight Maps: The Map As Story Platform In The Design Process:

http://piim.newschool.edu/journal/issues/2011/01/pdfs/ParsonsJournalForInformationMapping_Erwin-Kim.pdf

Steve Blank's lecture slides on Tactics for Discovery of Customer Discovery:

<http://www.slideshare.net/sblank/customerdiscovery-23251533?related=1>

Business Model Canvas: <http://www.businessmodelgeneration.com/canvas>

Turn Customer Input Into Innovation: <http://hbswk.hbs.edu/archive/2815.html>

Creative Thinking Techniques: <http://www.virtualsalt.com/crebook2.htm>

Morphological Charts: <http://www.ifm.eng.cam.ac.uk/dmg/tools/concept/morph.html>

Extremely Rapid Usability Testing:

<http://grouplab.cpsc.ucalgary.ca/grouplab/uploads/Publications/Publications/2009-ERUT.JUS.pdf>