



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

POSGRADO EN INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

GUÍA DOCENTE DE DISRUPCIÓN COMPETITIVA E INNOVACIÓN

[2020-21]

DATOS GENERALES

Nombre del módulo:	Disrupción Competitiva e Innovación
Curso:	2020-2021 Primer cuatrimestre
Titulación:	Posgrado en Innovación y Emprendimiento
Número de créditos (ECTS):	
Fecha de la última revisión:	Octubre de 2020
Profesor Responsable:	Dr. Marc Sansó Mata

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

TEMA 2. Proceso de innovación estratégica: perspectiva de empresa

TEMA 3. Proceso de innovación estratégica: perspectiva de negocio

TEMA 4. Paradigma digital: impacto en negocios tradicionales

TEMA 1. Cambio en entornos competitivos

Resultados del aprendizaje

El participante obtendrá las nociones básicas de disrupción y del rol de la tecnología en la misma, y comprenderá la evolución de una tecnología disruptiva.

Contenido

1. Patrones de desarrollo de adopción de nuevos paradigmas tecnológicos.
2. El Hype Cycle de madurez de tecnologías.
3. Caracterización competitiva de los modelos dinámicos asociados al cambio tecnológico.
4. Análisis de vulnerabilidades del modelo corporativo: costes asociados al cambio.

TEMA 2. Proceso de innovación estratégica: perspectiva de empresa

Resultados del aprendizaje

El participante conocerá cuáles son los marcos clave del análisis estratégico de tecnologías y sectores impactados.

Contenido

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

Resultado del aprendizaje

El participante conocerá cuáles los marcos clave del análisis estratégico en entornos tecnológicos.

Contenido

1. Innovación y estrategia: variables competitivas
2. Negocios de explotación. Negocios de exploración
3. La organización ambidiestra
4. Estrategia adaptada al ciclo de vida de producto

TEMA 4. Paradigma digital: impacto en negocios tradicionales

Resultado del aprendizaje

El participante comprenderá el concepto de disrupción competitiva.

Contenido

1. Innovación en modelos de negocio digitales
2. Redefinición de industrias impactadas por la disrupción digital

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

El proceso de aprendizaje experiencial en Euncet Business School combina un conjunto de metodologías que permiten al participante alcanzar de una forma práctica e innovadora las competencias propias del perfil profesional de salida establecido en un programa executive.

CLASES PARTICIPATIVAS

Las sesiones lectivas se llevan a cabo mediante la interacción permanente entre el alumnado y el profesorado que las imparte con la finalidad de contrastar los conceptos tratados mediante

análisis y debate abierto con el apoyo de casos prácticos reales y simulaciones orientadas a la toma de decisiones.

CASOS PRÁCTICOS

Resolución de supuestos de problemáticas empresariales para experimentar la aplicación práctica de los contenidos teóricos de las diferentes asignaturas.

APRENDIZAJE POR PROYECTOS

Realización de trabajos en grupo para desarrollar y presentar tareas y proyectos, resolviendo situaciones o retos.

5. EVALUACIÓN

Los programas Executive Modular Education están basados en un modelo de evaluación por competencias, en el cual se valora el progreso del estudiante en la consecución de los objetivos planteados en el programa de estudios. Se basa en la reflexión y el análisis de casos prácticos de la vida real, simulaciones y Business Case que contribuyan a la toma de decisiones empresariales.

La calificación final de la materia se calculará haciendo la media aritmética de las notas obtenidas en los diferentes casos prácticos, ejercicios y/o presentación de trabajos prácticos o proyectos realizados de forma individual o grupal.

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

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Dans Pérez, Enrique. *Todo va a cambiar: tecnología y evolución: adaptarse o desaparecer*. Barcelona: Deusto, 2010. ISBN 9788423427635.
- Sansó, Marc. *The value trail: how to effectively understand, monitor and deploy successful business models*. Ashgate-Gower. 2015. ISBN 9781472452566.

- Fenn, Jackie; Raskino, Mark. *Mastering the hype cycle: how to choose the right innovation at the right time*. Boston: Harvard Business Review Press, 2008. ISBN 9781422121108.
- Christensen, Clayton M. *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail*. Perseus Distribution Services, 2013. ISBN 9781422196021.

6.2. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Parker, Geoffrey. *Platform revolution: how networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*. New York: W. W. Norton & Company, 2016. ISBN 9780393249132.
- McGrath, Rita Gunther. *Seeing around corners: how to spot inflection points in business before they happen*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2019. ISBN 9780358237075.
- Bhimani, Alnoor. *Financial management for technology start-ups: a handbook for growth*. Kogan Page, 2017. ISBN 9780749481346.
- Majerus, Norbert. *Lean-Driven Innovation*. Routledge, 2015. ISBN 9781482259681.