



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

**EXECUTIVE MASTER EN OWNERSHIP AND VALUE  
CREATION**  
**INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EN LA EMPRESA  
FAMILIAR**

**GUÍA DOCENTE DE  
COMPETITIVE DISRUPTION AND  
INNOVATION  
2022-23**

## DATOS GENERALES

<b>Nombre:</b>	Competitive Disruption and Innovation
<b>Curso:</b>	2022 - 2023
<b>Titulación:</b>	Executive Master en Ownership and Value Creation: Innovación y Emprendimiento en la Empresa Familiar
<b>Número de créditos (ECTS):</b>	5
<b>Fecha de la última revisión:</b>	Julio de 2022
<b>Profesor Responsable:</b>	Prof. Enric Bayó   Prof. Livia Fioretti   Prof. Nico Leblanc

## 1. DESCRIPCIÓN GENERAL

Hoy en día, en un entorno tan cambiante como el actual, cualquier empresa que quiera continuar siendo competitiva debe apostar irremediabilmente por la innovación. Competitividad e innovación van de la mano.

Es por este motivo, que esta asignatura se centra en entender los fundamentos de la innovación empresarial y en cuáles son las principales características de una empresa competitiva, poniendo especial énfasis en la importancia de entender al cliente e innovar en los modelos de negocio.

## 2. OBJETIVOS

- Entender la diferencia entre innovar (proceso) y generar una innovación (resultado)
- Conocer los niveles y tipos de innovación
- Conocer las características que una empresa debe tener para adaptarse e incluso avanzarse al cambio.
- Aprender a analizar los distintos tipos de cambios y su potencial impacto en la empresa.
- Descubrir herramientas y metodologías para identificar tendencias y cambios en el comportamiento de los clientes y usuarios
- Aprender a aplicar herramientas para representar el modelo de negocio.

### 3. CONTENIDOS

TEMA 1. Introducción a la innovación empresarial

---

TEMA 2. Empresa Competitiva

---

#### TEMA 1. Introducción a la innovación empresarial

##### Resultados del aprendizaje

El participante entenderá en qué consiste el proceso de innovar y porqué se ha convertido en la única ventaja sostenible en el tiempo.

##### Contenido

1. Importancia de innovar
2. ¿Qué es innovar?
3. Niveles y tipologías de innovación

#### TEMA 2. Empresa Competitiva

##### Resultado del aprendizaje

El participante descubrirá las principales características que debería tener cualquier empresa que quiera continuar siendo competitiva en un entorno tan incierto y complejo como el actual. Para ello será fundamental entender los cambios desde distintas perspectivas, entre las cuales destaca saber identificar tendencias y los cambios en el comportamiento de los clientes y consumidores, así como sus futuras expectativas.

Por otro lado, aprenderá a aplicar herramientas prácticas como:

- El Business Model Canvas para representar cualquier modelo de negocio
- El Consumer Trend Canvas para desarrollar innovaciones a partir de las tendencias de consumo,

##### Contenido

1. Empresa competitiva
2. Principales características
3. Herramientas y metodologías
  - a. Consumer Trend Canvas
  - b. Business Model Canvas

## 4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

La metodología de enseñanza y aprendizaje se desarrolla a partir de breves explicaciones teóricas que introducen ejemplos y casos que facilitan la aplicación inmediata de los contenidos tratados en cada tema al puesto de trabajo. El despliegue del modelo *Learning by doing*, basado en la capacitación experiencial, permite al participante obtener aprendizajes orientados a la acción.

La asignatura se organiza de manera que el estudiante pueda obtener los conocimientos de los diferentes temas, consiga llevarlos a la práctica, y desarrolle una actitud participativa, proactiva y de espíritu crítico hacia los mismos. Por eso, las sesiones en el aula se dividen en teoría y práctica, y las actividades de aprendizaje se presentan como una oportunidad para complementar los conocimientos adquiridos y asimilarlos con mayor profundidad.

Ello se lleva a cabo a través de la participación en clase y el intercambio de experiencias entre los asistentes, así como a través de ejercicios y dinámicas de diverso impacto. Dicho enfoque promueve el análisis y resolución de los contenidos de los que constan las materias, teniendo en cuenta las diferentes ópticas y perspectivas, convirtiéndose ésta en una fórmula altamente didáctica para la comprensión y asimilación de cada una de las temáticas.

## 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.

El sistema de evaluación de esta asignatura pretende garantizar tanto la comprensión de los contenidos como la capacidad del alumno para ponerlos en práctica, valorando el progreso y el esfuerzo continuado. Los profesores y coaches aseguran la asimilación de los contenidos a través de las actividades evaluables y el proyecto tutorizado.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

### 6.1. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Christensen, C. M. (2013). *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- Davila, T., & Epstein, M. J. (2014). *The innovation paradox: Why good businesses kill breakthroughs and how they can change*. Berrett-Koehler Pub.
- Dragt, E. (2017). *How to Research Trends: Move Beyond Trend Watching to Kickstart Innovation*. BIS Publisher.
- Gassmann, O., Frankenberger, K., & Choudury, M. (2020). *The Business Model Navigator: The strategies behind the most successful companies*. FT Pearson.
- Goffin, K., & Mitchell, R. (2016). *Innovation management: effective strategy and implementation*. Macmillan International Higher Education.
- Keeley, L., Walters, H., Pikkell, R., & Quinn, B. (2013). *Ten types of innovation: The discipline of building breakthroughs*. John Wiley & Sons.
- Laloux, F. (2014). *Reinventing organizations: A guide to creating organizations inspired by the next stage in human consciousness*. Nelson Parker.
- Martin, R. (2019). *Trend forecaster's handbook*, 2nd ed. London: Laurence King.
- Mattin, D., Mason, H., Luthy, M., Dumitrescu, D. (2015). *Trend-Driven Innovation*. Wiley.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Etienne, F. (2020). *The invincible company: how to constantly reinvent your organization with inspiration from the world's best business models*. John Wiley & Sons.
- Sniukas, M., Lee, P., & Morasky, M. (2016). *The Art of Opportunity: How to build growth and ventures through strategic innovation and visual thinking*. John Wiley & Sons.
- Toma, D., & Gons, E. (2021). *Innovation Accounting: A practical guide for measuring your innovation ecosystem's performance*. BIS Publishers.
- Van der Pijl, P., Lokitz, J., Wijnen, R., & Van Lieshout, M. (2021). *Business model shifts: Six ways to create new value for customers*. John Wiley & Sons.
- Viki, T., Toma, D., Gons, E., & Faulkner, R. (Eds.). (2020). *The corporate startup*. Verlag CH Beck.

## 6.2. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Bland, D. J., & Osterwalder, A. (2019). Testing business ideas: A field guide for rapid experimentation. John Wiley & Sons.
- Blank, S., & Dorf, B. (2012). The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company. BookBaby.
- Chesbrough, H. (2006). Open business models: How to thrive in the new innovation landscape. Harvard Business Press.
- Christensen, C. M., Kaufman, S. P., & Shih, W. C. (2010). Innovation Killers: How Financial Tools Destroy Your Capacity to Do New Things. Harvard Business Press.
- Diamandis, P. H., & Kotler, S. (2012). Abundance: The future is better than you think. Simon and Schuster.
- Dobbs, R., Manyika, J., & Woetzel, J. (2016). No ordinary disruption: The four global forces breaking all the trends. PublicAffairs.
- Dunne, A. and Raby, F. (2013). Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming. Cambridge, The MIT Press.
- Engelke, M. (2017). Think like an anthropologist. London: Penguin Books
- Harari, Y. N. (2018). 21 Lessons for the 21st Century. Random House.
- Ismail, S. (2014). Exponential Organizations: Why new organizations are ten times better, faster, and cheaper than yours (and what to do about it). Diversion Books.
- Johnson, M. W. (2010). Seizing the white space: Business model innovation for growth and renewal. Harvard Business Press.
- Kelly, K. (2017). The inevitable: understanding the 12 technological forces that will shape our future. Penguin.
- Lustig, P. (2017). Strategic Foresight: Learning from the Future. Charmouth: Triarchy Press.
- McGrath, R. G. (2013). The end of competitive advantage: How to keep your strategy moving as fast as your business. Harvard Business Review Press.
- McGrath, R. (2019). Seeing around corners: How to spot inflection points in business before they happen. Houghton Mifflin.
- Ries, E. (2011). The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. Crown Books.
- Rogers, D. L. (2016). The digital transformation playbook: Rethink your business for the digital age. Columbia University Press.
- Van Der Pijl, P., Lokitz, J., & Solomon, L. K. (2016). Design a better business: New tools, skills, and mindset for strategy and innovation. John Wiley & Sons.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). Leading digital: Turning technology into business transformation. Harvard Business Press.

### 6.3.WEBGRAFÍA

- BMI Lab (2022). *Business model navigator*: <https://businessmodelnavigator.com/>
- Johnson, M. (2018). How to Seize the White Space for Transformative Growth. Innosight. <https://www.innosight.com/insight/the-idea-in-5-reinvent-your-business-model/>
- Strategyzer (2020). *Strategyzer*. <https://www.strategyzer.com/>
- TrendWatching (2022). *Toolbox*. <https://www.trendwatching.com/toolbox>