



Título propio reconocido por:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

# **EXECUTIVE MÁSTER EN INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EN LA EMPRESA FAMILIAR**

**GUÍA DOCENTE DE  
TRANSFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL  
[2023-2024]**

## DATOS GENERALES

<b>Nombre:</b>	TRANSFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL
<b>Curso:</b>	2023-24
<b>Titulación:</b>	Executive Máster en Innovación y Emprendimiento en la Empresa Familiar
<b>Número de créditos (ECTS):</b>	5
<b>Fecha de la última revisión:</b>	Septiembre de 2023
<b>Profesor Responsable:</b>	Carlos Gómara Martínez Jordi Arrufí Hernández

## 1. DESCRIPCIÓN GENERAL

---

En la actualidad, nos encontramos inmersos en una era de transformación sin precedentes, donde la tecnología desempeña un papel central en prácticamente todos los aspectos de nuestras vidas y la forma en que las empresas operan. La revolución digital ha irrumpido en todos los sectores, cambiando la forma en que trabajamos, interactuamos y competimos.

Las tecnologías exponenciales, como la inteligencia artificial, el Internet de las cosas, la robótica o la computación en la nube, entre muchas otras, están impulsando una aceleración sin precedentes en la capacidad de innovación y cambio. Estas tecnologías no solo están transformando industrias enteras, sino que también están alterando fundamentalmente la naturaleza de la competencia empresarial.

La transformación digital ya no es una opción, sino una necesidad para las empresas que aspiran a prosperar en la nueva era. Aquellas que no abracen la digitalización corren el riesgo de quedar rezagadas y perder su relevancia en el mercado. Pero la transformación va más allá de simplemente adoptar nuevas tecnologías; implica repensar los modelos de negocio, la cultura organizativa y la forma en que interactuamos con los clientes.

## 2. OBJETIVOS

---

- Conocer y entender el funcionamiento de las principales tecnologías exponenciales.
- Comprender el impacto de las tecnologías exponenciales en la competitividad de las empresas
- Reflexionar sobre los principales cambios y disrupciones generadas por la revolución digital en las distintas industrias.

- Conocer las nuevas posibilidades de competir e interactuar generadas por la transformación digital.

### **3. CONTENIDOS**

---

#### TEMA 1. TECNOLOGÍAS EXPONENCIALES

---

#### TEMA 2. TRANSFORMACIÓN DIGITAL

---

### **TEMA 1. Tecnologías exponenciales**

#### **Resultados del aprendizaje**

- Enumerar las principales tecnologías exponenciales.
- Analizar cómo las distintas tecnologías exponenciales pueden impactar en la empresa o industria.
- Detectar, dependiendo del reto de la empresa, cuándo es mejor aplicar una tecnología exponencial u otra (o una combinación de varias)

#### **Contenido**

1. Principales tecnologías exponenciales
2. Impacto de las tecnologías en la empresa

### **TEMA 2. Transformación digital**

#### **Resultados del aprendizaje**

- Identificar los elementos clave de un proceso de transformación digital.
- Diseñar estrategias de transformación digital efectivas
- Identificar donde aplicar tecnologías o qué procesos digitalizar para para aumentar la competitividad de la empresa.

#### **Contenido**

1. Importancia de la transformación digital
2. Niveles de madurez

### 3. Estrategias de transformación digital

## 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 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 este módulo 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

- Andreessen, M. (2011). Why software is eating the world. Wall Street Journal, 20 (2011), C2.
- Bajer, J. (2017). Digital transformation needs the human touch. Strategic HR Review.
- Christensen, C. M. (2013). The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail. Harvard Business Review Press.
- Fenn, J., & Raskino, M. (2008). Mastering the hype cycle: how to choose the right innovation at the right time. Harvard Business Press.
- Ismail, S., Malone, M. S., & Van Geest, Y. (2016). Organizaciones exponenciales. Bubok.
- Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2015). Strategy, not technology, drives digital transformation. MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press, 14(1-25).
- Puthiyamadam, T. (2017). How the meaning of digital transformation has evolved. Harvard Business Review, 29.
- Schwab, K. (2016). La cuarta revolución industrial. Debate.
- Taleb, N. N. (2007). The black swan: The impact of the highly improbable. Random house.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). Leading digital: Turning technology into business transformation. Harvard Business Press.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). The nine elements of digital transformation. MIT Sloan Management Review, 55(3), 1-6.

### 6.2. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Ashkenas, R. (2009). Simply effective: How to cut through complexity in your organization and get things done. Harvard Business Press.
- Châlons, C., & Dufft, N. (2017). The role of IT as an enabler of digital transformation. In The drivers of digital transformation (pp. 13-22). Springer, Cham.
- Cianni, M., & Steckler, S. (2017). Transforming organizations to a digital world. People & Strategy, 40(2), 14-20.
- Compact, U. G. (2004). Who cares wins: Connecting financial markets to a changing world. New York.
- Covey, S. R. (2015). Los 7 Hábitos de la Gente Altamente Efectiva: Edición de Imágenes. Mango Media Inc..
- Koch, R., & Lockwood, G. (2016). Simplify: How the Best Businesses in the World Succeed. Hachette UK.
- Kotter, J. P. (2014). Building strategic agility for a faster moving world. Harvard business review press, p206.
- Lecinski, J. (2011). ZMOT: Winning the zero moment of truth. Google.
- Li, C. (2010). Open leadership: How social technology can transform the way you lead. John Wiley & Sons.

- Matt, C., Hess, T., & Benlian, A. (2015). Digital transformation strategies. *Business & information systems engineering*, 57(5), 339-343.
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*. WW Norton & Company.
- Patel, K., & McCarthy, M. P. (2000). *Digital transformation: the essentials of e-business leadership*. McGraw-Hill Professional.
- Satell, G. (2017). *Mapping innovation: a playbook for navigating a disruptive age (Vol. 21)*. New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Sisodia, R., Wolfe, D., & Sheth, J. N. (2003). *Firms of endearment: How world-class companies profit from passion and purpose*. Pearson Prentice Hall.
- Zaltman, G. (2003). *How customers think: Essential insights into the mind of the market*. Harvard Business Press.