



Título propio reconocido por:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GLOBAL EXECUTIVE MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION

GUÍA DOCENTE DE INNOVACIÓN [2023-24]

DATOS GENERALES

Nombre:	INNOVACIÓN
Curso:	2023-24
Titulación:	Global Executive Master in Business Administration
Número de créditos (ECTS):	5
Fecha de la última revisión:	Mayo de 2023
Profesor Responsable:	Raúl Sánchez Adell

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

La asignatura de innovación ofrece a los estudiantes una visión integral de las metodologías y enfoques innovadores en el entorno empresarial. A lo largo de la asignatura, los participantes adquirirán habilidades y conocimientos claves para impulsar la innovación y liderar procesos de cambio en las organizaciones.

Se abarcará un estudio de las diferentes metodologías de innovación, entre las cuales destacan los 10 Métodos de Innovación de Doblin. Estas metodologías otorgan a las empresas la capacidad de diferenciarse de sus competidores y de adaptarse eficazmente al entorno laboral futuro.

Dentro del marco de creatividad y gestión de ideas, el *Design Thinking* será otro aspecto clave de la asignatura. Los estudiantes aprenderán a empatizar y definir retos, sumergiéndose en proyectos y comprendiendo las necesidades de los clientes. Asimismo, se explorarán técnicas de generación de ideas, prototipado y testeo, lo que permitirá a los estudiantes desarrollar soluciones innovadoras y mejorarlas mediante la iteración.

La gestión de la innovación será abordada destacando la identificación de retos y la gestión del portafolio de proyectos. Los estudiantes aprenderán a mapear el espacio de innovación, establecer estrategias de innovación y colaboraciones con otros agentes del ecosistema de innovación.

Además, se introducirán las metodologías ágiles, como Scrum y Kanban, en la gestión de proyectos. Los estudiantes comprenderán los principios y prácticas ágiles, aplicando las ceremonias y roles de Scrum en ejercicios prácticos. A lo largo de la asignatura, se

fomentará la colaboración y el trabajo en equipo, reconociendo que la innovación surge de la sinergia de ideas y perspectivas diversas. Los estudiantes participarán en actividades prácticas que promoverán la creatividad y el pensamiento crítico, estimulando su capacidad de generar soluciones novedosas a problemas complejos.

Asimismo, se adquirirán herramientas y habilidades en el ámbito del *product management*, incluyendo la recopilación de requerimientos, el análisis de datos, la priorización de requisitos y la creación de *roadmaps* alineados con los objetivos de negocio.

Finalmente, para enriquecer el aprendizaje, se analizarán empresas reconocidas por su enfoque innovador, para comprender cómo han aplicado exitosamente las metodologías y principios estudiados. Esto permitirá a los estudiantes adquirir conocimientos prácticos y ejemplos concretos que enriquecerán su comprensión del proceso de innovación.

Al finalizar, los estudiantes estarán preparados para enfrentar los desafíos actuales y futuros del ámbito laboral, dotados de las herramientas y habilidades necesarias para liderar procesos de cambio y generar valor a través de la innovación.

2. OBJETIVOS

- Comprender la importancia de la innovación en el entorno empresarial y su papel en la diferenciación y adaptación al cambio.
- Familiarizarse con diversas metodologías de innovación y ser capaz de aplicarlas de manera efectiva en la resolución de problemas y generación de ideas.
- Desarrollar habilidades de liderazgo para gestionar procesos de cambio y promover la innovación dentro de las organizaciones.
- Dominar las técnicas de *design thinking*, incluyendo la empatía, la definición de problemas y la generación de soluciones creativas.
- Adquirir conocimientos en gestión de la innovación, incluyendo la identificación de retos, la gestión del portafolio de proyectos y la colaboración con otras entidades externas.
- Conocer las habilidades necesarias para la gestión eficiente de productos, incluyendo la recopilación de requerimientos, el análisis de datos, la priorización y la creación de *roadmaps*.

- Familiarizarse con las metodologías ágiles, como Scrum y Kanban, y ser capaz de aplicarlas en la gestión de proyectos de innovación.
- Desarrollar habilidades de trabajo en equipo, comunicación efectiva y toma de decisiones en entornos de innovación.

3. CONTENIDOS

BLOQUE I. FUNDAMENTOS DE LA INNOVACIÓN

BLOQUE II. DE LA IDEA AL PRODUCTO

BLOQUE I. FUNDAMENTOS DE INNOVACIÓN

Resultados de aprendizaje

El participante después de estudiar los temas del bloque y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Identificar los procesos y métodos de innovación necesarios para destacarse en un entorno altamente competitivo. Asimismo, aprenderán a gestionar el talento de manera efectiva, reconociendo la importancia de adaptarse al futuro laboral.
- Aplicar un enfoque centrado en el cliente, utilizando la empatía como herramienta clave para comprender las necesidades del cliente y generar soluciones innovadoras. Mediante la etapa de "Definir", llegarán a conclusiones fundamentales y establecerán un Punto de Vista (POV) que actuará como base para la fase de ideación.
- Implementar herramientas prácticas para mapear el espacio de innovación y considerar los desafíos asociados con la implementación de la innovación en el ámbito empresarial.
- Reconocer la importancia de diversificar las formas de colaboración y adaptarse a diferentes contextos y recursos.
- Aplicar herramientas y metodologías de innovación de manera efectiva, gestionar procesos de innovación en organizaciones y tomar decisiones estratégicas basadas en un enfoque ético y sostenible.

TEMA 1. METODOLOGÍAS DE INNOVACIÓN

Contenido

- 1.1 El futuro del trabajo.
- 1.2 Los 10 Métodos de Innovación de Doblin.
- 1.3 Liderazgo de procesos de cambio en la organización.

TEMA 2. DESIGN THINKING: EMPATIZAR, DEFINIR, IDEAR Y PROTOTIPAR

Contenido

- 2.1 Definición y orígenes del *Design Thinking*.
- 2.2 Fases del proceso de diseño
- 2.3 Técnicas de investigación y empatía
- 2.4 Síntesis de la información recopilada y creación de *user* personas.
- 2.5 Generación de ideas mediante técnicas de pensamiento divergente.
- 2.6 Priorización y selección de ideas utilizando herramientas de evaluación y matriz de priorización.
- 2.7 Creación de prototipos para visualizar y probar las ideas.
- 2.8 Testeo y obtención de *feedback* para iterar y mejorar los prototipos.
- 2.9 Presentación final de la solución propuesta.

TEMA 3. GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN: IDENTIFICACIÓN DE RETOS Y GESTIÓN DEL PORTAFOLIO

Contenido

- 3.1 ¿Qué es innovación?
- 3.2 Tipos de innovación.
- 3.3 Estrategia de innovación.
- 3.4 Roles de equipos de innovación.
- 3.5 Modelos de innovación y mecanismos.

BLOQUE II. DE LA IDEA AL PRODUCTO

Resultados de aprendizaje

Después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, el estudiante será capaz de:

- Desarrollar la capacidad de aplicar metodologías ágiles, como Scrum, Kanban y Lean, para gestionar proyectos y mejorar los flujos de trabajo de manera efectiva.
- Aprender a adaptar estas metodologías a diferentes contextos y proyectos, maximizando la eficiencia y la entrega de valor.
- Trabajar con diversas herramientas utilizadas en la gestión de productos.
- Comprender la importancia de los datos en la mejora del producto.
- Utilizar diversas formas de priorizar los requisitos para satisfacer las necesidades del cliente.

TEMA 4. METODOLOGÍAS ÁGILES: SCRUM, KANBAN Y LEAN

Contenido

4.1 Manifiesto Agile: Principios y creadores.

4.2 Metodologías ágiles más utilizadas en la gestión de proyectos.

4.3 Introducción a Scrum: Ciclo de gestión de proyectos y roles

4.4 Introducción a Kanban: Principios y prácticas para la visualización y gestión del flujo de trabajo.

4.5 Metodología Lean: Concepto y aplicación en la mejora de flujos de valor.

4.6 Mapa del flujo de valor en Lean: Identificación de actividades que agregan valor y eliminación de desperdicios.

TEMA 5. PRODUCT MANAGEMENT: INSTRUMENTACIÓN, ROADMAPS Y ANÁLISIS POSTMORTEM

Contenido

5.1 El papel de la visión y objetivos de negocio.

5.2 Recogida de requerimientos.

5.3 Gestión de la información y metodologías de priorización.

5.4 Creación de un *roadmap*.

5.5 Análisis Post Mortem

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

El Global Executive Master in Business Administration (GEMBA) se organiza de manera que el estudiante pueda obtener los conocimientos de las diferentes asignaturas, consiga llevarlos a la práctica, y desarrolle una actitud proactiva y pensamiento crítico hacia los mismos.

El programa virtual ofrece un plan de estudios flexible y progresivo que permite al participante escoger su ritmo de aprendizaje. Debido a esto, las metodologías de enseñanza empleadas son:

RECURSOS DE APRENDIZAJE. En este espacio se pone de los materiales principales de la asignatura, así como de otras fuentes de información de interés para el estudio. Si bien es cierto que cada uno marca su ritmo de estudio particular, se propone una temporalización pensada para seguir adecuadamente la evaluación establecida para la asignatura.

MICRO LEARNING. Materiales audiovisuales que introducen, complementan o amplían los conceptos clave de forma sencilla y práctica.

RETOS DE APRENDIZAJE | *Learning by doing*. Aprendizaje orientado a la resolución de casos prácticos reales que fomentan la aplicación práctica de los contenidos teóricos tratados en los diferentes bloques de cada asignatura. La resolución de estos supuestos empresariales se presenta con la finalidad de comprobar que se ha alcanzado los objetivos de la asignatura.

FORO. Espacio de consulta al profesorado para resolver cualquier concepto que no haya quedado claro durante el estudio o trabajo individual de la asignatura.

DEBATES. Espacio de discusión promovido por el profesorado para comentar temas de actualidad.

MASTERCLASS. Sesiones impartidas en formato *streaming* por profesionales expertos, que tienen como objetivo profundizar algún tema en específico dentro del ámbito empresarial, aplicando conocimientos teóricos a situaciones prácticas y fomentando el aprendizaje.

SIMULADOR DE NEGOCIOS | BUSINESS GAME. Los estudiantes serán responsables de la gestión de la innovación en una nueva empresa a lo largo de varios periodos. A partir de las decisiones tomadas, el simulador calculará la nueva situación empresarial y facilitará a cada estudiante los resultados obtenidos por su empresa, así como información para poder analizarla y tomar nuevas decisiones que les permita potenciar al máximo los ingresos.

5. EVALUACIÓN

El Global Executive Master in Business Administration está basado 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 máster. Se basa en la validación de los conocimientos aprendidos mediante test y en torno a retos de aprendizaje.

- **TEST.** Al finalizar cada bloque correspondiente a una asignatura, el estudiante será capaz de demostrar la asimilación de los contenidos a través de la realización de un cuestionario tipo test.
- **RETOS DE APRENDIZAJE.** Consiste en el análisis, la reflexión y la resolución de casos prácticos reales y de forma individual, que contribuyan a la toma de decisiones empresariales. Las situaciones planteadas pretenden contextualizar las actividades formativas y se basan en competencias y resultados de aprendizaje a alcanzar.
- **SIMULADOR DE NEGOCIOS | BUSINESS GAME.** Permite validar la importancia de la toma de decisiones ágiles en un entorno dinámico y la adaptación de las elecciones según la respuesta del mercado, promoviendo así el desarrollo de habilidades cruciales para la gestión empresarial en un contexto de innovación.

La calificación final de la asignatura se obtiene de la sumatoria del valor de la media aritmética de las notas de los test y retos de aprendizaje. La nota se expresará, para cada estudiante, en la escala siguiente, con mención de la calificación cualitativa que corresponda:

- 0-49: Suspenso
- 50-69: Aprobado
- 70-89: Notable

- 90-100: Sobresaliente

Una asignatura suspendida impide la obtención del título de Máster, por lo tanto, se deberá volver a matricular esa asignatura.

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Anderson, D. J., & Carmichael, A. (2016). Essential Kanban condensed. Lean-Kanban University. ISBN 9780984521425.
- Christensen, C. M. (2013). The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail. Perseus Distribution Services. ISBN 9781422196021.
- Detroja, P., Agashe, A., & Mehta, N. (2017). Swipe to unlock: The primer on technology and business strategy. ISBN 9781976182198.
- Doerr, J. (2018). Measure what matters: How Google, Bono, and the Gates Foundation rock the world with OKRs. Portfolio/Penguin. ISBN 0525536221.
- Eyal, N. (2014). Hooked: How to build habit-forming products. Portfolio Penguin. ISBN 9780241184837.
- Fenn, J., & Raskino, M. (2008). Mastering the hype cycle: How to choose the right innovation at the right time. Harvard Business Review Press. ISBN 9781422121108.
- Ismail, S., Malone, M. S., & Van Geest, Y. (2016). Organizaciones exponenciales. Bubok. ISBN: 9788491110056.
- McCarthy, R. (2020). Agile y Scrum: Descubra el poder de la gestión de proyectos Agile, Lean Thinking, el proceso Kanban y Scrum. ISBN: 9781673058299.
- Ries, E. (2011). The Lean Startup ISBN: 9780307887894.
- Salim Ismail, Michael S. Malone, Yuri van Geest. (2014). Exponential Organizations: Why new organizations are ten times better, faster, and cheaper than yours (and what to do about it). Diversion Books. ISBN 1626814236.
- Sinek, S. (2009). Start with Why. ISBN: 9781591846444.

6.2. WEBGRAFÍA

- Agile Alliance. (s.f.). Recuperado de <https://www.agilealliance.org/>

- Doblin. (s.f.). Recuperado de <https://www.doblin.com/>
- European Innovation Council. (s.f.). Recuperado de <https://innovators.euc>
- Foro Económico Mundial. (s.f.). Recuperado de <https://www.weforum.org/>
- Harvard Business Review. (s.f.). Recuperado de <https://hbr.org/>
- IDEO. (s.f.). Recuperado de <https://www.ideo.com/>
- Innovate UK. (s.f.). Recuperado de <https://www.gov.uk/government/organisations/innovate-uk>
- Kanbanize. (s.f.). Recuperado de <https://kanbanize.com/>
- Lean Enterprise Institute. (s.f.). Recuperado de <https://www.lean.org/>
- Lean Startup Co. (s.f.). Recuperado de <https://leanstartup.co/>
- Mind the Product. (s.f.). Recuperado de <https://www.mindtheproduct.com/>
- Nielsen Norman Group. (s.f.). Recuperado de <https://www.nngroup.com/>
- Product Management Insider. (s.f.). Recuperado de <https://productmanagementinsider.com/>
- Scrum.org. (s.f.). Recuperado de <https://www.scrum.org/>
- Stanford d.school. (s.f.). Recuperado de <https://dschool.stanford.edu/>
- Strategyzer. (s.f.). Recuperado de <https://www.strategyzer.com/>
- The Innovator's DNA. (s.f.). Recuperado de <https://www.innovatorsdna.com/>
- The Lean Enterprise. (s.f.). Recuperado de <https://www.lean.org/lean-enterprise-institute>

6.3. AUDIOVISUALES

- Bird, B. (Director). (2004). Los increíbles [Película]. Walt Disney Pictures.
- Boyle, D. (Director). (2015). Steve Jobs [Película]. Universal Pictures.
- Chazelle, D. (Director). (2014). Whiplash [Película]. Sony Pictures Classics.
- Hancock, J. L. (Director). (2016). The Founder [Película]. The Weinstein Company.
- Kormákur, B. (Director). (2015). Everest [Película]. Universal Pictures.
- Levy, S. (Director). (2013). The Internship [Película]. 20th Century Fox.
- McKay, A. (Director). (2015). The Big Short [Película]. Paramount Pictures.
- Meyers, N. (Director). (2015). The Intern [Película]. Warner Bros. Pictures.
- Miller, B. (Director). (2011). Moneyball [Película]. Columbia Pictures.
- Muccino, G. (Director). (2006). The Pursuit of Happiness [Película]. Columbia Pictures.
- Russell, D. O. (Director). (2015). Joy [Película]. Fox 2000 Pictures.
- Spielberg, S. (Director). (2018). Ready Player One [Película]. Warner Bros. Pictures.



Título propio reconocido por:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

- Tyldum, M. (Director). (2014). The Imitation Game [Película]. Black Bear Pictures.
- Zuckerberg, M. (Director). (2010). The Social Network [Película]. Columbia Pictures.