

Guía docente

Identificación de la asignatura

Asignatura / Grupo	21239 - Gestión de la Innovación / 46
Titulación	Grado en Turismo - Cuarto curso
Créditos	6
Período de impartición	Primer semestre
Idioma de impartición	Castellano

Profesores

Horario de atención a los alumnos

Profesor/a	Hora de inicio	Hora de fin	Día	Fecha inicial	Fecha final	Despacho /
						Edificio
Abel Ernesto Lucena Pimentel	15:00	16:00	Jueves	10/09/2018	29/07/2019	DB012
<i>(Responsable)</i> abel.lucena@uib.eu	15:00	16:00	Martes	10/09/2018	29/07/2019	DB012

Contextualización

La innovación es un proceso que permite a las empresas generar soluciones a problemas determinados. Dichas soluciones son relevantes cuando permiten a las empresas desarrollar nuevos procesos o productos con un alto valor comercial. Este proceso es complejo y está plagado de incertidumbre. A pesar de ello, la innovación puede gestionarse. De hecho, las empresas que logran gestionar sus actividades de innovación de una forma efectiva suelen generar importantes ventajas competitivas.

Dado que la innovación puede determinar la tasa de supervivencia de las empresas, sus niveles de crecimiento y competitividad, la gestión de la innovación se ha convertido en una de las áreas más relevantes dentro del conjunto de disciplinas que integran la administración de empresas.

La asignatura gestión de la innovación pertenece al itinerario **gerencia y dirección**. Esta asignatura tiene como objetivo el estudio de **modelos alternativos de innovación empresarial** y del **conjunto de principios que intervienen en la gestión del proceso de creación, desarrollo y comercialización de nuevos productos y procesos**. Aspectos tales como, la formulación de una estrategia para la innovación, la organización de las actividades de I+D+i, y el proceso de creación de una cultura para la innovación son abordados en el temario de esta asignatura.

El uso de casos de estudio y de bases de datos relacionadas con la innovación tecnológica servirá de base para ilustrar y documentar los aspectos más relevantes de la gestión de la innovación y de los modelos comúnmente utilizados para organizar las actividades relacionadas con este proceso.

Adicionalmente, con esta asignatura se pretende estimular el espíritu emprendedor de los estudiantes mediante el desarrollo de un proyecto de un prototipo para un nuevo producto o servicio. El objetivo de este proyecto será intentar identificar un problema dado y una solución potencial con valor comercial. En este proyecto los estudiantes deberán seguir la metodología del "Lienzo del modelo de negocio" (Canvas Business Model) para desarrollar un prototipo para un servicio o producto nuevo. El proyecto consistirá en desarrollar y presentar dicho prototipo al final de la asignatura.

Guía docente

Una vez cursada la asignatura, el estudiante debería ser capaz de:

- 1 Valorar el papel de la innovación en las empresas.
- 2 Identificar fuentes de ideas para la innovación.
- 3 Identificar modelos alternativos de innovación, distinguiendo los aspectos de gestión más destacados en cada caso.
- 4 Entender los retos y dificultades asociados con la organización de las actividades de innovación.
- 5 Identificar los elementos que contribuyen a la creación de una cultura empresarial dirigida a la innovación.
- 6 Comprender por qué las empresas no siempre son capaces de innovar.

Requisitos

Esta asignatura no tiene requisitos esenciales.

Recomendables

Para facilitar el aprendizaje de los contenidos de esta asignatura, se recomienda haber cursado las asignaturas:

* Estrategia empresarial (21213).

Los estudiantes provenientes del grado de turismo se les recomienda haber cursado las asignaturas:

* Dirección estratégica (20522).

NOTA: La asistencia a las sesiones de la asignatura es altamente recomendable. Será necesario asistir a la mayoría de las sesiones prácticas, dado que parte de la evaluación del curso tendrá lugar durante estas sesiones.

Competencias

Específicas

- * CE2.1.5 Conocer las herramientas de análisis estratégico más habituales en el análisis de la empresa y su entorno .
- * CE2.3.4 Preparar la toma de decisiones en las distintas fases del proceso administrativo en empresas y organizaciones, especialmente en los niveles operativo y táctico y aproximarse a la toma de decisiones de nivel estratégico .
- * CE2.1.7 A partir de datos de interés económico-empresarial, ser capaz de aplicar las herramientas estadísticas y econométricas adecuadas para el análisis de la empresa y su entorno .

Genéricas

- * CG1 Capacidad para trabajar en equipo .
- * CG6 Poder transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado .
- * CG4 Capacidad para usar habitualmente una variada gama de instrumentos de tecnología de la información y las comunicaciones .

Guía docente

Básicas

* Se pueden consultar las competencias básicas que el estudiante tiene que haber adquirido al finalizar el grado en la siguiente dirección: http://estudis.uib.cat/es/grau/comp_basiques/

Contenidos

Este apartado presenta los contenidos de la asignatura.

Contenidos temáticos

- Tema 1. Definiciones y nociones básicas sobre la innovación empresarial y su gestión
- Tema 2. Factores del entorno y la innovación empresarial: Sistemas nacionales de innovación
- Tema 3. Estándares y predominio de un diseño
- Tema 4. Creación de nuevas empresas
- Tema 5. Introducción a la economía del emprendimiento
- Tema 6. Modelo cerrado de innovación
- Tema 7. Modelo abierto de innovación
- Tema 8. Modelos de innovación basados en el usuario y en la colaboración abierta
- Tema 9. Selección de proyectos innovadores
- Tema 10. Gestión del desarrollo de nuevos productos
- Tema A. Estudio del lienzo de modelo de negocios (Modelo Canvas)

Metodología docente

La metodología docente propuesta para la asignatura consta de tres elementos.

El primer elemento consiste en la presentación de los temas de la asignatura por parte del profesor. Durante la exposición de los contenidos de la asignatura, se estimulará la participación activa de los estudiantes mediante la presentación de casos de estudio, o a través de la formulación de preguntas para la discusión.

El segundo elemento se refiere al desarrollo de sesiones en seminarios en las cuales el profesor guiará a los estudiantes en el proceso de elaboración de tareas concretas, generalmente relacionadas con los proyectos que se evaluarán al final de la asignatura. También se organizarán sesiones para la discusión de casos de estudio y de cuestiones consideradas polémicas en el campo de la gestión de la innovación.

Finalmente, **el tercer elemento** consiste en las tutorías personalizadas dirigidas a asesorar a los estudiantes en el desarrollo de los proyectos que éstos propongan.

Volumen

En esta sección se desglosa el volumen de trabajo asociado con las actividades propuestas para el desarrollo de la asignatura.

Actividades de trabajo presencial (2,32 créditos, 58 horas)



Guía docente

Modalidad	Nombre	Tip. agr.	Descripción	Horas
Clases teóricas	Presentación de los temas de la asignatura	Grupo grande (G)	Presentación y desarrollo de los contenidos de la asignatura por parte del profesor. Durante esta actividad se estimulará la participación del alumnado. La participación en clase por parte de los estudiantes se considera un aspecto fundamental para el desarrollo de la asignatura.	37
Seminarios y talleres	Desarrollo de un prototipo para un nuevo producto/servicio	Grupo mediano (M)	Esta actividad consiste en identificar un problema (i.e. una necesidad insatisfecha) y su potencial solución (i.e. un nuevo producto o servicio). La solución creada debería tener cierto valor comercial. El objetivo de esta actividad consiste en desarrollar un prototipo en el cual quede plasmado cómo la solución propuesta contribuye a solventar el problema detectado, y por consiguiente, a generar valor. En grupos, los estudiantes trabajarán a lo largo del cuatrimestre en el desarrollo de este prototipo bajo la supervisión del profesor encargado de la asignatura. Este prototipo debe ser presentado al final de la asignatura. La idea es mostrar cómo la solución propuesta puede ser trasladada a un servicio o producto con capacidad de generar valor.	15
Seminarios y talleres	Presentación y discusión de casos de estudio	Grupo mediano (M)	Esta actividad consiste en preparar, presentar y discutir casos de estudio, mediante los cuales se discutan problemas de gestión de la innovación empresarial en un contexto de "big data". La atención se centrará en casos de estudio donde se demuestre el papel de la gestión de datos masivos en la creación de nuevos modelos de negocios o en el desarrollo de los ya existentes. La idea es documentar el impacto que el paradigma "big data" puede llegar a tener sobre la innovación empresarial.	3
Evaluación	Examen	Grupo grande (G)	Prueba escrita. Con esta prueba se busca comprobar la comprensión, de forma individual, de los contenidos de la asignatura. En esta prueba, los estudiantes deben aplicar los contenidos discutidos en la asignatura para analizar problemas concretos de gestión de la innovación	3

Al inicio del semestre estará a disposición de los estudiantes el cronograma de la asignatura a través de la plataforma UIBdigital. Este cronograma incluirá al menos las fechas en las que se realizarán las pruebas de evaluación continua y las fechas de entrega de los trabajos. Asimismo, el profesor o la profesora informará a los estudiantes si el plan de trabajo de la asignatura se realizará a través del cronograma o mediante otra vía, incluida la plataforma Aula Digital.

Actividades de trabajo no presencial (3,68 créditos, 92 horas)

Modalidad	Nombre	Descripción	Horas
Estudio y trabajo autónomo individual	Estudio autónomo	El trabajo y el estudio autónomo del alumno es fundamental para la comprensión de los fundamentos de esta asignatura. Para alcanzar este objetivo, el alumnado deberá: (i) repasar los contenidos explicados en clase, (ii) leer y analizar los textos recomendados, (iii) consultar la bibliografía sugerida, y (iv) leer las noticias y notas que pudieran estar disponibles en la Web de la asignatura.	40

Guía docente

Modalidad	Nombre	Descripción	Horas
Estudio y trabajo autónomo en grupo	Desarrollo de proyectos y casos de estudio	Desarrollar la capacidad de autoaprendizaje y de trabajo en equipo. Preparación de casos y lectura de artículos de manera colectiva, que puedan contribuir al desarrollo de los proyectos desarrollados por los estudiantes durante el cuatrimestre.	52

Riesgos específicos y medidas de protección

Las actividades de aprendizaje de esta asignatura no conllevan riesgos específicos para la seguridad y salud de los alumnos y, por tanto, no es necesario adoptar medidas de protección especiales.

Evaluación del aprendizaje del estudiante

Este apartado describe el sistema de evaluación que será utilizado en la asignatura.

NOTA : Cualquier intento de fraude académico, el cual incluye aspectos tales como:

- * *Copiar en exámenes,*
 - * *Copiar las ideas de otros autores en la realización de casos de estudio o de informes escritos,*
 - * *No citar intencionalmente las ideas de otros autores,*
 - * *Colaborar de forma ilícita o inapropiada con otros estudiantes con el propósito de mejorar la nota final de la asignatura,*
 - * *Copiar casos de estudio, exposiciones o proyectos presentados en ediciones anteriores de la asignatura o de trabajos presentados por otros estudiantes en otras universidades,*
- Implicará tener "cero" como nota final en esta asignatura.*

Fraude en elementos de evaluación

De acuerdo con el artículo 33 del Reglamento académico, "con independencia del procedimiento disciplinario que se pueda seguir contra el estudiante infractor, la realización demostradamente fraudulenta de alguno de los elementos de evaluación incluidos en guías docentes de las asignaturas comportará, a criterio del profesor, una minusvaloración en su calificación que puede suponer la calificación de «suspense 0» en la evaluación anual de la asignatura".

Presentación de los temas de la asignatura

Modalidad	Clases teóricas
Técnica	Pruebas orales (no recuperable)
Descripción	Presentación y desarrollo de los contenidos de la asignatura por parte del profesor. Durante esta actividad se estimulará la participación del alumnado. La participación en clase por parte de los estudiantes se considera un aspecto fundamental para el desarrollo de la asignatura.
Criterios de evaluación	Se evaluará la participación activa durante las sesiones del curso, especialmente en las actividades desarrolladas en las sesiones de prácticas. Se evaluará la actitud mostrada por los estudiantes hacia las actividades desarrolladas durante el cuatrimestre. Aunque se espera que los estudiantes asistan a clase regularmente, la asistencia a clase no se considerará como un mérito a la hora de calcular la nota de participación. A pesar de tener una elevada asistencia a clases, es posible que los estudiantes tengan "cero" como nota de participación si su aportación a la dinámica de clase es pobre.

Guía docente

La nota obtenida en esta actividad tendrá un peso del 10% sobre la nota final de la asignatura.

Porcentaje de la calificación final: 12%

Desarrollo de un prototipo para un nuevo producto/servicio

Modalidad	Seminarios y talleres
Técnica	Trabajos y proyectos (no recuperable)
Descripción	Esta actividad consiste en identificar un problema (i.e. una necesidad insatisfecha) y su potencial solución (i.e. un nuevo producto o servicio). La solución creada debería tener cierto valor comercial. El objetivo de esta actividad consiste en desarrollar un prototipo en el cual quede plasmado cómo la solución propuesta contribuye a solventar el problema detectado, y por consiguiente, a generar valor. En grupos, los estudiantes trabajarán a lo largo del cuatrimestre en el desarrollo de este prototipo bajo la supervisión del profesor encargado de la asignatura. Este prototipo debe ser presentado al final de la asignatura. La idea es mostrar cómo la solución propuesta puede ser trasladada a un servicio o producto con capacidad de generar valor.
Criterios de evaluación	La evaluación del proyecto de desarrollo de un "prototipo" se hará sobre la base de elementos tales como: <ul style="list-style-type: none">* Originalidad de la idea planteada y desarrollada.* Prototipo presentado. Se evaluará el grado de desarrollo del prototipo presentado. Se tomará en cuenta la capacidad del prototipo de mostrar cómo la solución planteada resuelve el problema detectado.* Contenido del proyecto. Se prestará especial a la presentación coherente y sistemática de las ideas consideradas para mostrar el valor comercial de la idea desarrollada en el proyecto.* Calidad de los argumentos técnicos presentados para justificar el valor comercial de la idea desarrollada.* Autoevaluación de los integrantes del equipo que presente el proyecto.* Participación activa durante las sesiones de clases dedicadas al desarrollo del proyecto. La nota obtenida en esta actividad tendrá un peso del 32% sobre la nota final de la asignatura.

Porcentaje de la calificación final: 32%

Presentación y discusión de casos de estudio

Modalidad	Seminarios y talleres
Técnica	Pruebas orales (no recuperable)
Descripción	Esta actividad consiste en preparar, presentar y discutir casos de estudio, mediante los cuales se discutan problemas de gestión de la innovación empresarial en un contexto de "big data". La atención se centrará en casos de estudio donde se demuestre el papel de la gestión de datos masivos en la creación de nuevos modelos de negocios o en el desarrollo de los ya existentes. La idea es documentar el impacto que el paradigma "big data" puede llegar a tener sobre la innovación empresarial.
Criterios de evaluación	En la evaluación de los casos de estudio se tomarán en cuenta los siguientes criterios: <ul style="list-style-type: none">* Creatividad en la elección de la empresa y en el tratamiento de la situación analizada en el caso planteado.* Aplicación de lo estudiado en la asignatura a la hora de analizar la problemática del caso.* Uso correcto de los elementos del curso para analizar el caso de estudio.* Claridad en la presentación del caso.* Capacidad de responder a las cuestiones planteadas por el caso y por la presentación.* Autoevaluación de los integrantes del equipo que presente el proyecto.

Guía docente

La nota obtenida en esta evaluación tendrá un peso del 22% de la nota final de la asignatura.

Porcentaje de la calificación final: 20%

Examen

Modalidad	Evaluación
Técnica	Pruebas de respuesta larga, de desarrollo (no recuperable)
Descripción	Prueba escrita. Con esta prueba se busca comprobar la comprensión, de forma individual, de los contenidos de la asignatura. En esta prueba, los estudiantes deben aplicar los contenidos discutidos en la asignatura para analizar problemas concretos de gestión de la innovación
Criterios de evaluación	Se evaluará la claridad en la argumentación, la capacidad para destacar lo fundamental de lo accesorio y la capacidad para utilizar las nociones de la asignatura en la resolución de problemas concretos, relacionados con la gestión de la innovación empresarial.

La nota del examen tendrá un peso del 36% de la nota total de la asignatura.

NOTA:

Esta asignatura no tiene examen final. La nota del curso se calculará como una media ponderada de las notas obtenidas a lo largo del semestre.

Porcentaje de la calificación final: 36%

Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Esta sección presenta una lista sugerida de referencias bibliográficas y de links que pueden resultar de utilidad a la hora de preparar la asignatura.

Bibliografía básica

- 1 Davila, T., Epstein, M., Shelton, R. (2005): Making Innovation Work: How to Manage It, Measure It, and Profit from It. Wharton School Publishing: Philadelphia.
- 2 Escorsa, P., Valls, J. (2004): Tecnología e innovación en la empresa. Ediciones de la Universitat Politècnica de Catalunya: Barcelona.
- 3 McGrath, R. (2010): Business Models: A Discovery Driven Approach. Long Range Planning, 43, pp. 247-261.
- 4 Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2011): Generación de Modelos de Negocios. Deusto, Barcelona, España.
- 5 Schilling, M. (2008): Dirección Estratégica de la Innovación Tecnológica. McGraw Hill: New York.
- 6 Teece, D. (2010): Business Models, Business Strategy, and Innovation. Long Range Planning, 43, pp. 172-194.
- 7 Tidd, J., Bessant, J. (2011): Innovation and Entrepreneurship. Second Edition, John Wiley & Sons, LTD: West Sussex.
- 8 Trott, P. (2008). Innovation Management and New Product Development. Fifth Edition, Pearson education: London

Bibliografía complementaria

- 1 Ahuja, G., Lampert, C., Tandon, V. (2008): Moving Beyond Schumpeter: Management Research on the Determinants of Technological Innovation. *The Academy of Management of Annals*, Vol. 2, Nº 1, pp. 1-98.
- 2 Baldwin, C., von Hippel, E. (2011): Modeling a Paradigm Shift: From Producer Innovation to user and Open Collaborative Innovation. *Organization Science*, Articles in Advance, pp. 1-19.
- 3 Chesbrough, H. (2003). The era of Open Innovation. MIT Sloan Management Review 44 (3): 35-41.





Guía docente

- 4 DeSanctis, G., Glass, J., Ensing, I. (2002). Organizational Designs for R&D. The Academy of Management Executive (1993-2005) 16 (3): 55-66.

Otros recursos

Links de interés:

- 1 <http://www.ideo.com/uk/>
- 2 <http://www.cotec.es/>
- 3 <http://www.leaduser.com/>

Acceso a Universia Business Review, publicación con casos de estudio y artículos especializados en economía de la empresa: <http://ubr.universia.net/> Revistas electrónicas relacionadas con el curso y disponibles en la biblioteca de la UIB:

- 1 Harvard Business Review.
- 2 California Management Review.
- 3 Sloan Management Review.
- 4 Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa.

