

Nombre de la materia: INTRODUCCIÓN A LA INNOVACIÓN

A. Descripción

La Innovación actualmente es uno de los pilares estratégicos fundamentales de las organizaciones y del mundo de los negocios. Asimismo, cabe destacar que la innovación empresarial consiste en términos generales en la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto, proceso, método de comercialización u organizativo en las prácticas internas de la empresa.

Por ello, esta cátedra tiene como propósito sentar los fundamentos de la innovación como un campo de acción estratégico para mantener vigente la propuesta de valor de las organizaciones, empero, sobre todo buscando que su propósito sea vigente con los grandes cambios que el mundo está teniendo con las olas tecnológicas, cada vez más frecuentes en su nacimiento, desarrollo y transición hacia nuevas disrupciones.

Se invitarán a profesionales líderes de las temáticas del curso para brindar insumos y casos de análisis y ellos tendrán a su vez un rol de seguimiento en los resultados finales que se presentarán en los Proyectos de ID+i, para aportar al proceso de forma integral y sustancial.

Competencias específicas

Al finalizar este curso, el alumno Conocerá la definición y fundamentos de la Innovación en el Siglo XXI, Desarrollará habilidades para la innovación desde un enfoque centrado en las personas, entenderá de manera sistémica la aplicación de técnicas y herramientas de Innovación y diseño de negocios y podrá desarrollar un proyecto de innovación con enfoque en propuestas de valor de alto impacto para la sociedad y/o sectores productivos clave.

El alumno conocerá los conceptos básicos innovación, design thinking y diseño de negocios.

B. Contenido

Innovación. Definición y Fundamentos

1. Qué es innovación
2. Innovación y Ecosistemas de Innovación
3. Casos de Estudio en Innovación: Nespresso, Absolute y Google
4. Aceleración de Ecosistemas de Innovación
5. Pilares de la Innovación:
 - a. Alineación Estratégica
 - b. Procesos de Innovación
 - c. Métricas
 - d. Cultura

Design Thinking: Método para accionar la innovación

1. Paradigma de Innovación Centrada en las Personas
2. El poder de la Colaboración
3. Habilidades y Organizaciones del Siglo XXI
4. Introducción al Design Thinking y sus componentes
 - a. Empatía
 - b. Definición
 - c. Ideación
 - d. Prototipado
 - e. Testeo

Diseño de Negocios

1. Diseño como herramienta de Crear e incrementar valor.
2. Modelos de Negocio. Fundamentos e implicancias
3. Ontologías de Modelos de Negocio
4. Casos de Estudio: Airbnb, Skype, Apple

Proyectos de Innovación y diseño de negocios

1. Diseño de Propuestas de valor
2. La importancia de las nuevas tecnologías en la creación de valor
3. Modelo de investigación y evaluación rápida aplicando Split Test
4. Lean Startup: Ciclo de Aprendizaje validado
5. Cómo elaborar una presentación exitosa

Estrategia metodológica

Las principales estrategias metodológicas es esta cátedra serán las clases expositivas, proyecto transversal, lectura de libros y ensayos, visitas de campo y talleres prácticos de uso de técnicas y herramientas de innovación, design thinking y diseño de negocios.

C. Criterios de evaluación

La evaluación de las competencias de la cátedra será mediante talleres prácticos en cada técnica y herramienta de innovación y diseño de negocios; asimismo, se trabajará un proyecto transversal de forma grupal a lo largo del ciclo el cual será evaluado en término medio durante el primer parcial y en término final en el segundo parcial. La asistencia a clases no es obligatoria, en el sentido que ésta no es pre-requisito para tener derecho a las entregas parciales y/o final de su proyecto. Sin embargo, al ser un Curso altamente práctico y de discusión se espera que el estudiante esté presente en clase y tenga una disposición de aprender y aportar, por lo cual se solicita una conducta positiva en el aula. Por conducta positiva se entiende: puntualidad, no conversar de temas ajenos a la temática de la clase, no estar chateando o en páginas web no indicadas, evitar salir del aula mientras dure la sesión de clase, no comer ni fumar en el aula, y celular desconectado mientras dure la sesión, a menos que se dé una emergencia que lo amerite.

D. Fuentes de información y materiales de apoyo

Kelley, T. (2002) The Art of Innovation: Lessons in Creativity from IDEO, America's Leading Design Firm: Success Through Innovation the IDEO Way. USA, Profile Books.

Kelley, D. (2015); Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All. USA, Currency Books.

Brown, T. (2009); Change by design. USA, Harper Collins.

d.School-Stanford (2009) Mini guía: una introducción al Design Thinking (Versión Español). USA, Hasso Plattner Institute of design at Stanford.

Links:

<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/double-diamond-15-years>

<http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/documents/innovacion-modelo-negocio.pdf>

<https://www.strategyzer.com/>

<https://dschool.stanford.edu/>