

UNIDAD DIDACTICA

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Tema

**PRESENTACIÓN DE CURSO Y
SILABUS DEL CURSO**

¡BIENVENIDOS AL CURSO!

1. Introducción

El mundo actual exige que los profesionales sean capaces de generar soluciones innovadoras a problemas complejos mediante la investigación aplicada. Este curso tiene como propósito proporcionar a los estudiantes las herramientas metodológicas necesarias para diseñar y ejecutar proyectos de innovación con un enfoque práctico y basado en evidencia. Según Drucker (1985), la innovación no es solo el resultado de la creatividad, sino un proceso sistemático que requiere planificación y análisis.

2. Objetivos del Curso

El curso busca que los estudiantes:

- Comprendan los fundamentos de las oportunidades de negocio.
- Desarrollen habilidades para formular proyectos alineados con necesidades reales del mercado o la sociedad.
- Aprendan a utilizar metodologías de investigación para sustentar sus propuestas innovadoras.

De acuerdo con Tidd y Bessant (2020), la gestión de la innovación implica no solo generar ideas, sino también evaluar su viabilidad y aplicabilidad en contextos reales.

3. Conceptos Claves: Innovación e Investigación Aplicada

La innovación se define como la implementación de ideas novedosas que generan valor (OECD, 2018). Esta puede manifestarse en productos, servicios o procesos que transforman industrias y mejoran la calidad de vida. Por otro lado, la investigación

aplicada es aquella que busca resolver problemas específicos y se distingue de la investigación básica, cuyo propósito es ampliar el conocimiento sin una aplicación inmediata (Saunders, Lewis & Thornhill, 2019).

4. Importancia de la Innovación en el Desarrollo de Proyectos

La capacidad de innovar se ha convertido en un factor clave de competitividad para empresas y países. Freeman (2004) destaca que las economías más dinámicas son aquellas que invierten en investigación y desarrollo (I+D) para fomentar la creación de nuevas soluciones. En el ámbito empresarial, la innovación puede significar la diferencia entre el éxito y la obsolescencia, mientras que en el sector social puede impactar positivamente en comunidades marginadas al resolver problemas como el acceso a educación y salud.

5. Enfoque Metodológico del Curso

El curso se estructurará en torno a metodologías activas de aprendizaje, como el **aprendizaje basado en proyectos (ABP)** y el **design thinking**, que permitirán a los estudiantes experimentar el proceso de innovación en contextos reales (Brown, 2009). Asimismo, se aplicarán principios de la metodología científica para garantizar que las propuestas sean fundamentadas en evidencia (Creswell & Creswell, 2022).

6. Conclusión

El desarrollo de proyectos de innovación e investigación aplicada es un pilar fundamental en la formación de profesionales capaces de enfrentar los desafíos del siglo XXI. La combinación de creatividad, análisis y rigor metodológico permitirá a los estudiantes transformar ideas en soluciones efectivas.

Referencias

- Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking creates new alternatives for business and society*. Harper Business.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Freeman, C. (2004). *The economics of industrial innovation*. MIT Press.
- OECD. (2018). *Oslo Manual: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation*. OECD Publishing.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (8th ed.). Pearson.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2020). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (6th ed.). Wiley.



INSTITUTO
KHIPU