

CALENDARIZACIÓN DE CONTENIDOS

Modalidad Presencial

Asignatura de: Innovación y Gestión Tecnológica	Resultado de Aprendizaje de la Asignatura: Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de plantear las posibles causas de la innovación tecnológica y su relación con la evolución de los negocios para el desarrollo de un producto innovador.
--	---

Unidad	Resultado de Aprendizaje de la unidad	Semana	N° de Sesión	N° de horas	Conocimientos	Tipo de sesión de aprendizaje	Lugar
I	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de describir la relación entre creatividad e innovación en el marco de desarrollo de los productos innovadores.	1 Semana	1	4	Importancia de la innovación tecnológica en la industria. La innovación tecnológica como motor del éxito. Efectos de la innovación tecnológica. Fuentes de innovación.	Teórico - Práctico	Aula
		2 Semana	2	4	La creatividad. Inventores individuales. Innovación por los usuarios, I+D. Tipos y patrones de innovación. Tipos de innovación. Curvas tecnológicas sobre rendimiento. Cambio de tecnología. El diseño dominante.	Teórico - Práctico	Aula
		3 Semana	3	4	Batallas de estándares y predominio de un diseño. Efectos del aprendizaje. Efecto de las externalidades positivas de consumo. Efecto de la percepción del producto. Metodología TRIZ de resolución de problemas en base al conocimiento.	Teórico - Práctico	Aula
		4 Semana	4	4	Rúbrica de evaluación de la exposición de la idea de producto innovador y los alcances previos de tiempo y costo de desarrollo	Teórico - Práctico	Aula
II	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar técnicas para desarrollar habilidades de innovación con el mercado.	5 Semana	5	4	Momento de entrada al mercado. Definición de la orientación estratégica de la organización. Selección de proyectos de innovación. Estrategias de colaboración.	Teórico - Práctico	Aula
		6 Semana	6	4	Ventajas de ser los primeros. La reputación del liderazgo tecnológico. Desventajas de mover primero. Momento óptimo de entrada. Estrategia. El modelo de Porter. Análisis de factores. Capacidades integradas y competencias esenciales que distinguen a la	Teórico - Práctico	Aula

Unidad	Resultado de Aprendizaje de la unidad	Semana	N° de Sesión	N° de horas	Conocimientos	Tipo de sesión de aprendizaje	Lugar
					empresa. Capacidad dinámica de una empresa. Métodos cuantitativos basados en flujos de caja descontados. Métodos cualitativos. Factores que afectan la colaboración. Factores que evitan la colaboración.		
		7 Semana	7	4	Rúbrica de evaluación del análisis de factores, flujos de caja, factibilidad económica, técnica y operativa del proyecto de desarrollo de un producto innovador.	Teórico - Práctico	Aula
		8 Semana	8	4	Evaluación parcial: Rúbrica de evaluación del proyecto de desarrollo de un producto innovador	Teórico	Aula
III	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar los métodos de gestión de la innovación que le permitan desarrollar la creatividad en la organización.	9 Semana	9	4	Protección de la innovación. Protección de la propiedad industrial e intelectual. Organización para la innovación.	Teórico - Práctico	Aula
		10 Semana	10	4	Dirección del proceso de desarrollo de nuevos productos. Dirección de los equipos de desarrollo de nuevos productos. Mecanismos para proteger la innovación: Patentes, marcas y derechos de autor. El secreto comercial.	Teórico - Práctico	Aula
		11 Semana	11	4	La economía de escala. La organización estructural de la empresa. Las empresas ambidiestras. Las empresas multinacionales. El desarrollo exitoso de nuevos productos. La participación de los clientes. Implementación de metodologías de calidad. Ventaja de los equipos multifuncionales de desarrollo. Desventajas de los EMD. Los equipos virtuales.	Teórico - Práctico	Aula
		12 Semana	12	4	Examen de desarrollo: casos planteados para la aplicación de criterios de evaluación de productos exitosos y formación de equipos de desarrollo.	Teórico - Práctico	Aula
IV	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de plantear posibles causas de innovación tecnológica, a través de estudios de	13 Semana	13	4	Estrategia de despliegue. Estudio de mercado.	Teórico - Práctico	Aula
		14 Semana	14	4	Momento de lanzamiento del producto. Estrategia de precios. Métodos de comercialización. Importancia del estudio de mercado. Aplicaciones del estudio de mercado. Análisis de la oferta, precios y comercialización.	Teórico - Práctico	Aula

Unidad	Resultado de Aprendizaje de la unidad	Semana	N° de Sesión	N° de horas	Conocimientos	Tipo de sesión de aprendizaje	Lugar
	mercado para el lanzamiento del producto.	15 Semana	15	4	Rúbrica de evaluación del proyecto de desarrollo de un producto innovador, estudio de mercado.	Teórico - Práctico	Aula
		16 Semana	16	4	Evaluación final: Rúbrica de evaluación para exposición, presentación y pruebas del producto innovador.	Práctico	Aula