

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali; Facultad de Ciencias de la Ingeniería, Administrativas y Sociales, Tecate; y Facultad de Contaduría y Administración, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Inteligencia de Negocios
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Estrategias de Innovación
- 5. Clave:** 39072
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno



Equipo de diseño de PUA

Carlos Alberto Flores Sánchez
José Manuel Valencia Moreno
Jesús David Avilés Velázquez

Vo.Bo. de subdirectores de las Unidades Académicas

Adelaida Figueroa Villanueva
Angélica Reyes Mendoza
Esperanza Manrique Rojas
Jesús Antonio Padilla Sánchez

Fecha: 12 de noviembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad aprendizaje aborda el estudio del desarrollo de estrategias de innovación, lo que permite elaborarlas para las organizaciones en función de su planeación estratégica, las características del mercado y las tendencias tecnológicas.

Se ubica en la etapa disciplinaria, es de carácter obligatoria, y forma parte del área de conocimiento de Innovación.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Elaborar estrategias de innovación, mediante el análisis de las necesidades y expectativas de los clientes, así como de los objetivos estratégicos de la organización, con el fin de lograr las metas definidas y aumentar la eficiencia operativa, con responsabilidad, imparcialidad y una actitud analítica.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Propuesta de estrategia de innovación con el análisis de las necesidades, expectativas de los clientes, planeación estratégica de la organización y las características del mercado.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Conceptos básicos de innovación

Competencia:

Distinguir los conceptos básicos de innovación, mediante el estudio de sus tipos, para familiarizarse con el impacto de la innovación a utilizar, con actitud crítica y reflexiva.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Tipos de innovación
 - 1.1.1. Innovación disruptiva
 - 1.1.2. Innovación radical
 - 1.1.3. Innovación Incrementa
 - 1.1.4. Innovación arquitectural
 - 1.1.5. Innovación modular
 - 1.1.6. Innovación estratégica
- 1.2. Áreas de aplicación de la innovación
 - 1.2.1. Productos
 - 1.2.2. Servicios
 - 1.2.3. Procesos
 - 1.2.4. Modelos de negocio
 - 1.2.5. Sustentabilidad

UNIDAD II. La innovación como elemento estratégico de la empresa

Competencia:

Analizar el enfoque estratégico, mediante el diagnóstico de las principales actividades, el estudio del contexto y las normas aplicables a la gestión de la innovación, para identificar la posición de la empresa, con actitud metódica, objetiva y honesta.

Contenido:

- 2.1. Estrategia empresarial y estrategia de innovación
- 2.2. Estrategia de promoción hacia una cultura a la innovación
- 2.3. Normas aplicables a la gestión de la innovación

Duración: 12 horas

UNIDAD III. Herramientas para el seguimiento de la innovación

Competencia:

Analizar herramientas para el seguimiento de la innovación, mediante la revisión de sus particularidades, para aprovechar e identificar oportunidades en el mercado, con actitud crítica, reflexiva y metódica.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1. Vigilancia Tecnológica
- 3.2. Benchmarking
- 3.3. Inteligencia Competitiva
- 3.4. Inteligencia de mercado
- 3.5. Inteligencia Financiera
- 3.6. Seguimiento algorítmico (entornos organizacionales y mercados digitales)
- 3.7. Tecnologías emergentes

UNIDAD IV. Estrategias de innovación

Competencia:

Analizar las estrategias de innovación, mediante la identificación y relación de sus elementos, para elaborar una propuesta de estrategia de la innovación, con actitud creativa y emprendedora.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. Elementos de la estrategia de innovación
- 4.2. Análisis de la estrategia de innovación
 - 4.2.1. Mapeo del potencial de la innovación
 - 4.2.2. Grado de explotación de la tecnología
 - 4.2.3. Requerimientos de innovación
 - 4.2.4. Sistema de evaluación de innovación
 - 4.2.5. Capacidad de innovación
- 4.3. Plan tecnológico

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Posición de la empresa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Selecciona la empresa. 3. Define y aplica instrumento de investigación sobre: <ol style="list-style-type: none"> a) Contexto de la empresa. b) Diagnóstico de las principales actividades. c) Normas aplicables a la gestión de la innovación. 4. Analiza e interpreta los datos. 5. Determina la posición de la empresa. 6. Elabora reporte de práctica. 7. Entrega reporte al profesor para evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet ● Software de citación y editor de texto ● Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.) ● Software estadístico para análisis de datos 	12 horas
UNIDAD III				
2	Herramientas para el seguimiento de la innovación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. De acuerdo a la empresa seleccionada, aplica una de las herramientas para seguimiento de la innovación en función a las características de la empresa y su contexto. 3. Analiza e interpreta los datos obtenidos. 4. Identifica oportunidades de mercado. 5. Elabora un reporte de práctica. 6. Entrega reporte al profesor para evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet ● Software de citación y editor de texto ● Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.) ● Software estadístico para análisis de datos 	10 horas

UNIDAD IV				
3	Estrategia de innovación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. De acuerdo a la empresa seleccionada, analiza la estrategia de innovación. 3. Propone la estrategia de innovación. 4. Elabora un reporte de práctica. 5. Entrega reporte al profesor para evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet ● Software de citación y editor de texto ● Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.) ● Software estadístico para análisis de datos 	10 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos
- Presenta ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas
- Propicia la participación activa de los estudiantes

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Realiza las prácticas propuestas, elabora y entrega reportes de las mismas para su entrega en tiempo y forma
- Participa activamente en clase
- Trabaja de manera individual y en equipo
- Realiza y presenta las actividades extraclase en tiempo y forma

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Tareas y actividades.....	20%
- Evaluaciones parciales.....	20%
- Prácticas de taller.....	20%
- Propuesta de estrategia de innovación.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Ahmed, P. K., Shepherd, C. D., Ramos, L., y Ramos, C. (2012). <i>Administración de la innovación</i>. Pearson. [clásica]</p> <p>Anurag Satpathy, Arjun Agrawal, & Sanjay Mohapatra. (2015). <i>Innovation Strategy for Enterprises in Emerging Economies: Case Studies for the Digital Age</i>. Bingley: Emerald Group Publishing Limited. [clásica]</p> <p>Bellomusto, R., Garay, M., Morales, J., Remolins, E., Rivarola, G., & Boggi, C. (2014). <i>Innovación y gestión estratégica de proyectos</i>. Buenos Aires: Cengage Learning. [clásica]</p> <p>Fernández Sánchez, E. (2005). <i>Estrategia de innovación</i>. España. Thomson Madrid. [clásica]</p> <p>Schilling, M. A., & Shankar, R. (2019). <i>Strategic management of technological innovation</i>. New York: McGraw-Hill Education.</p> <p>Varela, Rodrigo (2014). <i>Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas</i>. Colombia: Pearson.</p> <p>Torres, Z. A. D., y Martínez, E. C. M. (2019). Estrategias de innovación en la gerencia del sector MiPyME de Santa Marta, Colombia. TEUKEN BIDIKAY. <i>Revista Latinoamericana de Investigación en Organizaciones, Ambiente y Sociedad.</i>, 10(14), 157-170.</p> <p>Wang, W., Cao, Q., Qin, L., Zhang, Y., Feng, T., y Feng, L. (2019). Uncertain environment, dynamic innovation capabilities and innovation strategies: A case study on Qihoo 360. <i>Computers in Human Behavior</i>, 95, 284-294.</p>	<p>Casprini, E., De Massis, A., Di Minin, A., Frattini, F., y Piccaluga, A. (2017). How family firms execute open innovation strategies: the Loccioni case. <i>Journal of Knowledge Management</i>.</p> <p>Costa-Campi, M. T., Duch-Brown, N., & García-Quevedo, J. (2019). Innovation strategies of energy firms. <i>Corporate Social Responsibility and Environmental Management</i>, 26(5), 1073-1085.</p> <p>Durakovic, B., y Cosic, A. (2019). Impact of quality and innovation strategies on business performance of Bosnian B2B and B2C companies. <i>Sustainable Engineering and Innovation</i>, ISSN 2712-0562, 1(1), 24-33.</p>

Recuperado de
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563218303066/pdf?casa_token=4zDvCDJNAiEAAA-A:zze423dZmHLFDgJTS-49JLbA1Hqlrjn98z1pUwyOgDSlzhmlp9Juy3BF9hJ84lakwQzyGOGtzPA&md5=4a14385dd3938956a71beaeef88b10ba&pid=1-s2.0-S0747563218303066-main.pdf>

Zhao, Q., Tsai, P. H., y Wang, J. L. (2019). Improving financial service innovation strategies for enhancing china's banking industry competitive advantage during the fintech revolution: A Hybrid MCDM model. *Sustainability*, 11(5), 1419.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje debe contar con título de Licenciado en inteligencia de negocios o área afín preferentemente con maestría en administración, gestión de las tecnologías de información y comunicación, emprendimiento, alta dirección o área afín, con experiencia mínima de tres años en la docencia y profesional. Además de ser proactivo, analítico, y que promueva el trabajo en equipo e investigación.