Guía docente
280694 - 280694 - Gestión de la Innovación

Última modificación: 09/05/2023

Unidad responsable: Facultad de Náutica de Barcelona
Unidad que imparte: 732 - OE - Departamento de Organización de Empresas.

Titulación: GRADO EN INGENIERÍA EN SISTEMAS Y TECNOLOGÍA NAVAL (Plan 2010). (Asignatura optativa).
GRADO EN NÁUTICA Y TRANSPORTE MARÍTIMO (Plan 2010). (Asignatura optativa).
GRADO EN TECNOLOGÍAS MARINAS (Plan 2010). (Asignatura optativa).

Curso: 2023 **Créditos ECTS:** 6.0 **Idiomas:** Catalán, Castellano

PROFESORADO

Profesorado responsable: MARTA GONZÁLEZ PELÁEZ

Otros: Segon quadrimestre:
MARTA GONZÁLEZ PELÁEZ - DT, GESTN, GNTM, GTM

CAPACIDADES PREVIAS

No se requieren conocimientos previos.

REQUISITOS

No se requieren requisitos previos.

COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Transversales:
1. COMUNICACIÓN EFICAZ ORAL Y ESCRITA: Comunicarse de forma oral y escrita con otras personas sobre los resultados del aprendizaje, de la elaboración del pensamiento y de la toma de decisiones; participar en debates sobre temas de la propia especialidad.
2. EMPRENDEDURÍA E INNOVACIÓN: Conocer y entender la organización de una empresa y las ciencias que definen su actividad; capacidad para entender las normas laborales y las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, la calidad y el beneficio.

METODOLOGÍAS DOCENTES

El desarrollo de la asignatura es teórico y práctico:
1) La parte teórica se llevará a cabo en base a la exposición del contenido de los temas con objeto de configurar el esquema conceptual y doctrinal de la problemática objetivo de la disciplina. Los alumnos tendrán que preparar (y ampliar) con la bibliografía recomendada.
2) De forma coordinada y paralela a la parte teórica, el desarrollo de la parte práctica se lleva a cabo atendiendo a la resolución por los alumnos de los ejercicios y casos prácticos correspondientes. La consideración de los errores y aciertos en el razonamiento utilizado tiene que permitir a cada alumno un ejercicio sano de autoevaluación de la comprensión de las cuestiones y temas conceptuales tratados.
En caso de que sea posible se organizarán seminarios con personas expertos en la materia.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

La enseñanza de esta materia esta orientada a conseguir que el alumnado que acabe satisfactoriamente el curso:
1) Adquiera un conocimiento suficiente en los fundamentos conceptuales de la gestión estratégica de innovación, políticas y herramientas para la innovación.
2) Disponga de una visión amplia de los procesos de innovación, de sus características y su impacto en la competitividad de las empresas.
3) Sea capaz de identificar las áreas a gestionar en el proceso de innovación. Conocer las metodologías y herramientas existentes para la elaboración de la estrategia de vigilancia tecnológica de la empresa. Conocer prácticas de empresas.

HORAS TOTALES DE DEDICACIÓN DEL ESTUDIANTADO

Tipo	Horas	Porcentaje
Horas aprendizaje autónomo	90,0	60.00
Horas grupo grande	30,0	20.00
Horas grupo pequeño	10,0	6.67
Horas grupo mediano	15,0	10.00
Horas actividades dirigidas	5,0	3.33

Dedicación total: 150 h

CONTENIDOS

(CAST) 1. Competitividad, crecimiento económico e innovación

Descripción:
1. Introducción a los conceptos básicos de la innovación.
2. Tipologías y modelos de innovación
3. Estrategia de innovación en el modelo de negocio
4. Importancia de la innovación en la competitividad y crecimiento económico de las industrias

Objetivos específicos:
Conocer prácticas de empresas mediante análisis de casos.
Conocer y desarrollar la metodología del modelo de negocios Canvas aplicado a la gestión de la innovación

Actividades vinculadas:
lectura de casos, clases teóricas, visualización de vídeos, realización de ejercicios

Dedicación: 11h 40m
Grupo grande/Teoría: 11h 40m

(CAST) 2. Models i eines per a la recerca i la innovació

Descripción:
1. Modelos de innovación
2. Los actores implicados
3. Creatividad, un instrumento práctico
4. Herramientas básicas a un sistema de gestión de la innovación

Objetivos específicos:
Conocer prácticas de empresas a través de estudios de casos.
Obtener un conocimiento general de los mecanismos que posibilitan la aparición de nuevos productos y procesos al mercado, desde la generación de las ideas hasta el diseño, ensayo y lanzamiento al mercado.
Conocer las metodologías y herramientas existentes para el desarrollo de la gestión estratégica de la vigilancia tecnológica de la empresa.

Actividades vinculadas:
lectura de casos, clases teóricas, visualización de vídeos, realización de ejercicios

Dedicación: 11h 40m
Grupo grande/Teoría: 11h 40m

(CAST) 3. Evaluación del seguimiento y medida de los procesos de gestión de la innovación

Descripción:
1. Importancia del seguimiento y medida de los procesos de gestión de la innovación
2. Los indicadores de la capacidad innovadora
3. La certificación de la I+D+i
4- La gestión de proyectos de innovación

Objetivos específicos:
1. Conocer prácticas de empresas
2. Analizar diferentes tipos de indicadores aplicados a la gestión de la innovación
3. Conocer la importancia de los procesos de certificación
4. Llevar a cabo un análisis de los proyectos de gestión de la innovación en diferentes contextos.

Actividades vinculadas:
lectura de casos, clases teóricas, visualización de vídeos, realización de ejercicios

Dedicación: 11h 40m
Grupo grande/Teoría: 11h 40m

(CAST) 4. La implementación y la financiación de la innovación

Descripción:
1. Creando nuevos productos, procesos y servicios
2. Patentes y marcas (aseguramiento de la innovación)
3. Financiación público/ privada

Objetivos específicos:
Conocer herramientas y la importancia de la innovación en la creación de nuevos productos, procesos o servicios
Conocer procedimientos de aseguramiento de la innovación mediante la gestión de patentes y marcas
Conocer y analizar tipologias de fuentes de financiación públicas y privadas

Actividades vinculadas:
lectura de casos, clases teóricas, visualización de vídeos, realización de ejercicios

Dedicación: 11h 40m
Grupo grande/Teoría: 11h 40m

SISTEMA DE CALIFICACIÓN

Prácticas: 40% (de los cuales se desglosa de la siguiente manera: ejercicios y casos 25%, proyecto individual 15%
Trabajo Final: 60% (de los cuales se desglosa de la siguiente manera: informe escrito plan 40%, presentación oral plan 15%, evaluación cruzada 5%)

NORMAS PARA LA REALIZACIÓN DE LAS PRUEBAS.

(1) El sistema de evaluación de las prácticas constará de la realización y entrega de forma periódica de la resolución de ejercicios y casos prácticos propuestos a clase. Su entrega será requisito indispensable para aprobar la asignatura.
(2) El Trabajo final en grupo, será un trabajo de investigación para el desarrollo de un plan de innovación, que se propondrá durante el primer mes y se irá desarrollando durante el cuatrimestre.
(3)El alumno será considerado no presentado si no presenta las prácticas o el trabajo final.
(4)Para superar la asignatura hay que lograr una nota media ponderada igual o mayor a 5.

BIBLIOGRAFÍA

Básica:
- Tidd, Joseph; Bessant, John. Managing innovation : integrating technological, market and organizational change. 4th ed. Chichester: Wiley, 2009. ISBN 9780470998106.
- Ottosson, Stig. Developing and managing innovation in a fast changing and complex world : benefiting from dynamic principles [en línea]. Cham: Springer, 2019 [Consulta: 01/09/2021]. Disponible a: https://ebookcentral-proquest-com.recursos.biblioteca.upc.edu/lib/upcatalunya-ebooks/detail.action?pq-origsite=primo&docID=5441141. ISBN 9783319940458.

Complementaria:
- Midler, Christophe; Jullien, Bernard; Lung, Yannick. Rethinking innovation and design for emerging markets: inside the Renault Kwid Project. Boca Raton: CRC Press, 2017. ISBN 9781138037205.
- Terré i Ohme, Eugeni; Escandell, Víctor. Guia per gestionar la innovació. Barcelona: CIDEM, 1999.
- Escorsa, Pere; Maspons, Ramon. De la vigilancia tecnológica a la inteligencia competitiva. Madrid: Finantial Times : Prentice Hall, 2001. ISBN 8420530573.
- Carballo, Roberto. Innovación y gestión del conocimiento : modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación. Madrid: Díaz de Santos, 2006. ISBN 8479787570.
- Christiansen, James A. Building the innovative organization : management systems that encourage innovation. Houndmills: Macmillan, 2000. ISBN 9780333804834.
- Hidalgo Nuchera, A.; León Serrano, G.; Pavón Morote, J. La Gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones. Madrid: Pirámide, 2002. ISBN 8436817028.
- Leitão, João. Open innovation business modeling : gamification and design thinking applications [en línea]. Cham: Springer, 2019

[Consulta: 01/09/2022]. Disponible a: https://ebookcentral-proquest-com.recursos.biblioteca.upc.edu/lib/upcatalunya-ebooks/detail.action?pq-origsite=primo&docID=5488839. ISBN 9783319912820.
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves. Business model generation : a handbook for visionaries, game changers, and challengers [en línea]. Hoboken: John Wiley & Sons, 2010 [Consulta: 30/05/2022]. Disponible a: https://ebookcentral-proquest-com.recursos.biblioteca.upc.edu/lib/upcatalunya-ebooks/detail.action?pq-origsite=primo&docID=581476. ISBN 780470876411.
- Archibald, Russell D.; Archibald, Shane C. Leading and managing innovation: what every executive team must know about project, program, and portfolio management [en línea]. 2nd ed. Boca Raton: CRC Press, 2016 [Consulta: 01/09/2022]. Disponible a: https://ebookcentral-proquest-com.recursos.biblioteca.upc.edu/lib/upcatalunya-ebooks/detail.action?pq-origsite=primo&docID=4089985. ISBN 9781498751209.
- Fernez-Walch; Sanne. The Multiple facets of innovation project management [en línea]. London: John Wiley & Sons, 2017 [Consulta: 01/09/2022]. Disponible a: https://onlinelibrary-wiley-com.recursos.biblioteca.upc.edu/doi/book/10.1002/9781119453284. ISBN 9781786300676.
- Vermeulen, Ben; Paier, Manfred. Innovation networks for regional development : concepts, case sudies, and agent-based models [en línea]. Cham: Springer International Publishing, 2017 [Consulta: 01/09/2022]. Disponible a: https://ebookcentral-proquest-com.recursos.biblioteca.upc.edu/lib/upcatalunya-ebooks/detail.action?pq-origsite=primo&docID=4700026. ISBN 9783319439402.
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves. Business model generation : a handbook for visionaries, game changers, and challengers [en línea]. Hoboken: John Wiley & Sons, 2010 [Consulta: 31/07/2020]. Disponible a: https://ebookcentral.proquest.com/lib/upcatalunya-ebooks/detail.action?docID=581476. ISBN 9780470876411.
- Cortés-Robles, Guillermo; García-Alcaraz, Jorge Luis; Alor-Hernández; Giner. Managing innovation in highly restrictive environments : lessons from Latin America and emerging markets [en línea]. Cham: Springer International Publishing, 2019 [Consulta: 31/07/2020]. Disponible a: https://doi.org/10.1007/978-3-319-93716-8 . ISBN 9783319937168.
- Phani, B.V.; Khandekar, Sameer (eds). Innovation, incubation and entrepreneurship : case studies from IIT Kanpur. Singapure: Springer Singapore, 2017. ISBN 9789811033346.