



Asignatura: Dirección de la innovación
Código: 16764
Centro: Facultad de CC. Económicas y Empresariales
Titulación: Administración y Dirección de Empresas
Nivel: Grado
Tipo: Optativa
Nº. de Créditos: 6

1. ASIGNATURA / COURSE TITLE

Dirección de la Innovación / [Management of Innovation](#)

1.1. Código / Coursenumber

16764

1.2. Materia/ Content area

Gestión de la Innovación, Dirección Estratégica/[Innovation Management, Strategic Management](#)

1.3. Tipo /Course type

Optativa/[Optional](#)

1.4. Nivel / Course level

Grado/ [Bachelor](#)

1.5. Curso / Year

4º/ 4th

1.6. Semestre / Semester

Primero / [First](#)

1.7. Número de créditos / Credit allotment

6 créditos ECTS / [6 ECTS credits](#)

1.8. Requisitos previos / Prerequisites

El alumno deberá tener una buena base en Economía de la Empresa, Organización y Dirección Estratégica de la Empresa.



Asignatura: Dirección de la innovación
Código: 16764
Centro: Facultad de CC. Económicas y Empresariales
Titulación: Administración y Dirección de Empresas
Nivel: Grado
Tipo: Optativa
Nº. de Créditos: 6

1.9. Requisitos mínimos de asistencia a las sesiones presenciales/ **Minimum attendance requirement**

Los estudiantes deberán asistir al menos al 75% de las clases programadas.

1.10. Datos del equipo docente / **Faculty data**

El equipo docente está integrado por profesores del siguiente departamento:
/ **The faculty is composed of professors from the following department:**

Departamento de Organización de Empresas

Módulo E-8

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

C/ Francisco Tomás y Valiente, 5

Universidad Autónoma de Madrid

28049 Madrid

Secretaría: Despacho E-8-311

Tel.: (+34) 91 497 4398

Fax: (+34) 91 497 2994

administracion.organizacion.empresas@uam.es

Web:

http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1234888139979/subhomeDepartamento/Organizacion_de_Empresas.htm

Los profesores concretos encargados de la docencia de cada asignatura aparecen en los horarios de cada curso académico, disponibles en la siguiente página web: / **The concrete professors in charge of teaching each subject can be seen in each academic course schedule, which is available at the following web page:**

http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1242650730114/contenidoFinal/Horarios_y_aulas.htm?idenlace=1242661251796

Los coordinadores de cada asignatura pueden consultarse en la misma página web. / **Each subject coordinator can be seen also at the same web page.**



Asignatura: Dirección de la innovación
Código: 16764
Centro: Facultad de CC. Económicas y Empresariales
Titulación: Administración y Dirección de Empresas
Nivel: Grado
Tipo: Optativa
Nº. de Créditos: 6

1.11. Objetivos del curso / Course objectives

El objetivo del curso consiste en intentar dar un valor y dimensión estratégica a la innovación y tecnología. Pero, más allá, de esta finalidad, se hace especial hincapié en el proceso estratégico de una empresa innovadora y en la cultura partiendo de la base que una organización no puede definir “lo que quiere hacer” (la estrategia) sin, previamente, establecer “lo que es y quiere ser” (la cultura).

Las competencias a desarrollar mediante la asignatura son las siguientes:

- Capacidad teórica de análisis y síntesis(CG1).
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones(CG3).
- Capacidad para detectar oportunidades y amenazas (CG4)
- Capacidad para rendir bajo presión (CG5).
- Capacidad de negociación (CG6).
- Capacidad para tomar decisiones (CG7).
- Capacidad crítica y de autocrítica (CG8).
- Capacidad para trabajar en equipo de carácter interdisciplinar (CG9).
- Capacidad de liderazgo: habilidad para convencer, influir y motivar a otros. (CG11).
- Habilidad para trabajar en un contexto de carácter internacional (CG15).
- Habilidad para la búsqueda, identificación y análisis de las fuentes de información pertinentes al ámbito de estudio (CG16)
- Habilidades de comunicación a través de Internet y manejo de herramientas multimedia para la comunicación a distancia (CG17).
- Habilidades para la presentación en público de trabajos, ideas e informes (CG18)
- Iniciativa y espíritu emprendedor(CG19).
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho (CG20).
- Saber gestionar eficazmente el tiempo (CG23).

Específicas:

- Diseñar y gestionar proyectos empresariales (CE10).
- Dominar el diseño de las estructuras organizativas y saber identificar todas las variables que intervienen en la toma de decisiones empresariales (CE11).



Asignatura: Dirección de la innovación
Código: 16764
Centro: Facultad de CC. Económicas y Empresariales
Titulación: Administración y Dirección de Empresas
Nivel: Grado
Tipo: Optativa
Nº. de Créditos: 6

- Organización y planificación de los conocimientos adquiridos de forma que configuren una plataforma para la adquisición de conocimientos avanzados para la práctica de la alta dirección empresarial o para la investigación en el área empresarial (CE15).
- Saber formular, evaluar y seleccionar las estrategias empresariales (CE23).
- Tomar decisiones empresariales (CE25).

1.12. Contenidos del programa / [Course contents](#)

Existe, por parte de los empresarios, una concienciación y una unidad de criterios respecto a los efectos benéficos que producen las innovaciones tecnológicas en el desarrollo de la actividad económica. Sin embargo, resulta indispensable insistir en lo crucial que puede ser para sus entidades una adecuada planificación de sus recursos tecnológicos apoyándose en una eficaz gestión de personal y en una administración eficiente de los medios, procesos, conocimientos, patentes y sistemas de información, los cuales componen el patrimonio más valioso de las empresas.

Tras una introducción que aborda los fundamentos del análisis estratégico (evolución de los procesos estratégicos empresariales desde la aparición de los planteamientos lineales hasta las propuestas más flexibles e integradas (temas 1 y 2) y de la gestión de la innovación (fundamentos tema 3), el programa se estructura en dos partes claramente diferenciadas.

La primera parte, introduce el análisis de la cultura corporativa (Tema 4), en general, y de la cultura de innovación (Tema 5), en particular. Una vez, centrado el tema, se estudian los cinco elementos constitutivos del modelo de cultura de innovación empresarial, a saber: el estilo corporativo (Tema 6), la teoría de recursos y capacidades, con especial atención al enfoque de competencias (Tema 7), el fomento de la creatividad (Tema 8), el diseño de estructuras organizativas y el aprendizaje organizativo (Tema 9) y, por último, la vigilancia e inteligencia tecnológica desplegada por la empresa (Tema 10).

En cuanto a la segunda parte del programa, en ésta se analiza la formulación, evaluación y selección de la estrategia de innovación y se hace hincapié en las fases de implantación y control de la estrategia (Tema 11). Igualmente, en esta parte se incide en el carácter estratégico de las competencias empresariales mostrando como éstas operan a la hora de delimitar "lo que



Asignatura: Dirección de la innovación
Código: 16764
Centro: Facultad de CC. Económicas y Empresariales
Titulación: Administración y Dirección de Empresas
Nivel: Grado
Tipo: Optativa
Nº. de Créditos: 6

está en disposición de poder hacer especialmente bien la empresa” en función de la cartera de recursos y capacidades que domina (Tema 12).

El curso concluye analizando el papel que hoy desempeñan las nuevas tecnologías y las innovaciones en la definición de los nuevos modelos de negocio (Tema 13).

INTRODUCCIÓN

Tema 1: Fundamentos del Análisis Estratégico (I).
Tema 2: Fundamentos del Análisis Estratégico (II).
Tema 3: Fundamentos Gestión de la Innovación.

PRIMERA PARTE

Tema 4: Análisis de la cultura corporativa.
Tema 5: Análisis de la cultura de innovación empresarial.
Tema 6: El estilo corporativo.
Tema 7: Teoría de recursos y capacidades
Tema 8: Fomento de la creatividad
Tema 9: Diseño de estructuras organizativas y el aprendizaje organizativo.
Tema 10: Vigilancia e inteligencia tecnológica.

SEGUNDA PARTE

Tema 11: Implantación y control de la estrategia.
Tema 12: Dimensión estratégica de las competencias empresariales
Tema 13: Nuevos modelos de negociación.

1.13. Referencias de consulta /[Course bibliography](#)

Básica:

- Johnson, S. (2010) When Ideas Come From. Riverhead Books.
- Prahalad, C. K.; Krishnan, M. S. (2011) La nueva era de la innovación. McGraw-Hill, México.
- Morcillo, P. (2006): Cultura e innovación empresarial. Thomson, Madrid.
- Morcillo, P. (1997): La Dirección Estratégica de la Tecnología e Innovación. Civitas. Madrid.
- Bueno, E. y otros: (2006) Dirección estratégica. Pirámide, Madrid.



Asignatura: Dirección de la innovación
Código: 16764
Centro: Facultad de CC. Económicas y Empresariales
Titulación: Administración y Dirección de Empresas
Nivel: Grado
Tipo: Optativa
Nº. de Créditos: 6

- Robert, E. (1996): Gestión de la innovación tecnológica. COTEC, Madrid.

Complementaria:

- Bienaymè, A. (1994): L'economie des innovations technologiques. PUF, París.
- Dosi, G. (1988): Sources, Procedures and Microeconomic Effects of Innovations. Journal of Economic Literature, vol XXVI.
- Dussauge, P. y Ramanantsoa, B. (1987): Technologieetstratégie et stratégiéd'entreprise. McGraw-Hill, París.
- Freeman, (1974): The Economics of Industrial Innovation. HarmondsworthNiddlesex. PenguinBooks (Hay versión española: La teoría económica de la innovación industrial. Ariel, Barcelona, 1967).
- Gest (1986): Grappestechnologiques. Les nouvelles strategies d'entreprise. McGraw-Hill. París.
- Grant, R.M. (1991): The Resource Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. California Management Review, nº 33.
- Johnson, S. (2010) When Ideas Come From. Riverhead Books.
- Morcillo, P. (1995): La innovación en la empresa:un factor de supervivencia. AECA, Documento nº 7, Madrid.
- Morin, J. (1985): L'excellencetechnologique. Publi Unión, París.
- OCDE (1992): Francasti Manual. NESTI 1992 versión. Main text. DSTI/STIII/STP/NESTI (92). Marzo. París.
- Pavitt, K. (1994): What do we really know about innovation dynamics. EUNETIC Conference. vol. 2.
- Peteraf, M.A. (1993): The Cornerstones of Competitive Advantage. A Resource-based view. Strategic Management Journal, nº 14.
- Roussel, P.; Saad, K. y Erickson, T. (1991): Third Generation R&D. Harvard Business School Press. Boston. (Hay versión española:"Tercera Generación de I+D", McGraw-Hill, Madrid, 1991).
- Rumelt, R.; Schendel, D. y Teece, D. (1994): Fundamental Issues in Strategy: A Research Agenda for the 1990's. Harvard Business School Press, Boston, Mass.
- Shumpeter, J.A. (1963): Teoría del desenvolvimiento economico. Fondo de Cultura Económica, México (Primera versión en alemán de 1911).
- Wernerfelt, B. (1984): A resource based-view of the firm. Strategic Management Journal, nº 5.



Asignatura: Dirección de la innovación
Código: 16764
Centro: Facultad de CC. Económicas y Empresariales
Titulación: Administración y Dirección de Empresas
Nivel: Grado
Tipo: Optativa
Nº. de Créditos: 6

Adicionalmente, el profesor pondrá a disposición de los estudiantes diversos materiales didácticos complementarios (casos prácticos y ejercicios).

2. Métodos Docentes / **Teaching methodology**

Combinación de clases magistrales con actividades prácticas basadas en casos y ejercicios.

3. Tiempo de trabajo del estudiante / **Student workload**

Actividad didáctica/ <i>Learningtask</i>	Horas <i>Hours</i>	ECTS <i>ECTS</i>
Asistencia a clases teóricas en aula	25	1
Asistencia a clases prácticas en aula	20	0,8
Trabajos individuales	5	0,2
Trabajos en grupo	70	2,8
Asistencia a tutorías programadas	2	0,08
Estudio y preparación de exámenes	18	0,72
Realización de exámenes y otras pruebas de evaluación	6	0,24
Seminario o actividades colectivas obligatorias	4	0,16
CARGA TOTAL EN HORAS DE TRABAJO	150	6



Asignatura: Dirección de la innovación
Código: 16764
Centro: Facultad de CC. Económicas y Empresariales
Titulación: Administración y Dirección de Empresas
Nivel: Grado
Tipo: Optativa
Nº. de Créditos: 6

4. Métodos de evaluación y porcentaje en la calificación final / Evaluation procedures and weight of components in the final grade

El sistema de evaluación de la asignatura tiene como objetivos:

- Con carácter general y prioritario, calibrar el grado de conocimiento que el alumno tiene de la materia, con especial énfasis en su capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos al análisis de situaciones reales.
- Subsidiariamente, contribuir al desarrollo de las habilidades de redacción y de expresión oral del alumno y de trabajo en equipo, resaltando su importancia y poniendo en juego dichas habilidades en el desarrollo de la asignatura.

La calificación final sobre 10 puntos se obtendrá computando las puntuaciones parciales siguientes:

Examen: 40 %
Exposición: 30 %
Casos prácticos: 30 %

En caso de no cumplir los criterios de asistencia (asistir al menos al 75% de las clases programadas), el estudiante deberá entregar un caso práctico adicional, manteniéndose los porcentajes en los criterios de evaluación.

Esta evaluación será válida tanto para la convocatoria ordinaria como para la extraordinaria en primera matrícula, reservándose para esta última las calificaciones obtenidas durante el curso académico de exposición y casos prácticos realizados en la convocatoria ordinaria.

El mismo sistema se aplicará en la segunda matrícula.



Asignatura: Dirección de la innovación
Código: 16764
Centro: Facultad de CC. Económicas y Empresariales
Titulación: Administración y Dirección de Empresas
Nivel: Grado
Tipo: Optativa
Nº. de Créditos: 6

5. Cronograma* / Course calendar

Semana	Contenido	Horas Presenciales	Horas no presenciales del estudiante
1	Presentación asignatura, inicio tema 1	3	7
2	Tema 1	3	7
3	Tema 2	3	7
4	Tema 3	3	7
5	Tema 4	3	7
6	Tema 5	3	7
7	Tema 6	3	7
8	Tema 7	3	7
9	Tema 8	3	7
10	Tema 9	3	7
11	Tema 10	3	7
12	Tema 11	3	7
13	Tema 12	3	7
14	Tema 13	3	7
15	Conclusiones	3	7

*Este cronograma tiene carácter orientativo.