

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INNOVACION PARA LOS NEGOCIOS
MODALIDAD DISTANCIA



Administración
de Negocios

2020-1

DESARROLLO DE LA GUIA DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL

I. FICHA TÉCNICA

Número de créditos académicos:	2
Facultad que lo ofrece:	Ciencias Económicas y
Campo de formación:	A.A.P.
Código:	131720102
Naturaleza del curso:	Teórico-Práctico
Semestre:	I
Prerrequisitos:	Ninguno
Periodo Académico:	2020 – I

II. PRESENTACIÓN DEL CURSO

La importancia de la Innovación es una reflexión que lleva a la Universidad del Quindío y a su programa de Administración de Negocios, a repensar la forma de hacer educación no solo en el Quindío, sino en todas las regiones donde hace presencia, se debe responder a las nuevas tendencias del sector productivo y del mundo en cuanto a modelos formativos y de educación,

¿Qué hace que un emprendedor cree un negocio, o sea innovador? ¿Cómo puede una idea simple y/o innovadora convertirse en una empresa de éxito? ¿Cómo encuentra un emprendedor sus clientes para un producto o servicio nuevo o mejorado? Las respuestas están en la innovación, teniendo claro que innovar es la satisfacción de clientes en el mercado y la generación de valor.

III. PROPÓSITO DE FORMACIÓN DE LA ASIGNATURA

El estudiante de la Universidad del Quindío, por ser pertinente, creativa e integradora, deberá tener visión de las oportunidades que la región o el entorno puede ofrecer; se orienta para incentivar el desarrollo personal, social y empresarial. Un emprendedor interpreta y transforma su realidad mediante la acción, a partir de la evaluación de la idea de negocio como semilla de innovación empresarial y reconocimiento del entorno local, nacional e internacional.

El espacio académico está orientado a formar al estudiante en la comprensión e importancia de la innovación para los negocios, se motiva a formular un plan de innovación para el desarrollo de proyectos de emprendimiento empresarial, utilizando las distintas metodologías para generar innovación a las empresas.

IV. OBJETIVO GENERAL

Crear cultura creativa, emprendedora e innovadora, mediante procesos de innovación y desarrollo de nuevos productos y/o servicios, como herramientas para el desempeño de los futuros profesionales de Administración de Negocios que permita lograr realizar proyectos e identificar oportunidades de negocio.

V. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar competencias y habilidades emprendedoras y empresariales en los estudiantes de Administración de Negocios, empleando método teórico-práctico.
- Enseñar conceptos básicos de ciencia, tecnología, innovación, y negocios
- Identificar los componentes básicos de la innovación, pasos para lograr innovar en los negocios y la importancia de la innovación empresarial.
- Identificar y gestionar el conocimiento para lograr creatividad e innovación.
- Fomentar el desarrollo de proyectos innovadores entre los estudiantes y hacia las empresas.
- Conocer el componente normativo para desarrollar la innovación en los negocios

VI. JUSTIFICACIÓN

La innovación es la asimilación y el mejoramiento de una invención que conduce al mayor desarrollo o implementación de valor agregado de un producto o servicio puesto en el mundo del mercado del momento histórico, y que como tal, brinda calidad de vida en aplicación de uso práctico. De esta forma en la medida que se avanza en la evolución de productos, servicios, empresas, se hace evidente que el logro de conocimientos tecnológicos que induzcan y conduzcan a procesos de innovación, exige compromiso de los estudiantes, profesionales y organismos de educación superior para dar respuesta oportuna, continua y pertinente al logro de estas competencias por una Universidad pertinente creativa e integradora.

La dinámica empresarial debe adaptarse a los escenarios del mundo globalizado y el conocimiento para poder participar competitivamente en los mercados, conociendo, dominado y liderando procesos desde las regulaciones y las normas existentes, y por tanto requieren profesionales con desempeño competitivo desde la formación intelectual y la capacidad para aplicar la tecnología e innovar procesos para garantizar optimización de resultados. La organización debe tener una estrategia de gestión del conocimiento, lo cual implica detectar e incorporar al mercado productos de alta tecnología e innovadores.

VII. COMPETENCIAS A DESARROLLAR EN LA ASIGNATURA

Conceptuales

- Conocer y evaluar críticamente los conceptos de innovación y su éxito al ser desarrollados.
- Reconocer la importancia de la innovación en la región y en el país y su importancia para el desarrollo y prosperidad económica en la sociedad del conocimiento.
- Diferenciar las orientaciones estratégicas básicas para la innovación.
- Conocer alternativas de medición de desempeño en una organización
- Conocer las herramientas que logren identificar y desarrollar capital humano innovador.

Procedimentales

- Entender, explicar y evaluar críticamente los diferentes significados y procesos de innovación reconociendo su importancia.
- Articular y analizar la importancia del desarrollo de una economía del conocimiento.
- Aprender a percibir las necesidades y problemas como oportunidades.
- Examinar el papel del Estado, incluyendo los tipos de política pública necesarias para la promoción de la innovación.
- Formular propuesta de innovación a un negocio de la región.

Actitudinales

- Interactuar con su equipo de estudio y con otros de su curso, frente a los procesos de evaluación de la innovación con miras al cumplimiento del objetivo general de la asignatura.
- Acceder al trabajo en equipo, respetando los valores personales y organizaciones.
- Responsabilidad en cuanto a la entrega de los talleres y el trabajo final.
- Motivación al logro, alto compromiso ético y responsabilidad social, reconociendo su entorno como una oportunidad que se debe aprovechar.

VIII. METODOLOGÍA

La metodología a utilizar en el presente curso es Aula invertida, la cual se basa en la acción antes, durante y después de cada tutoría para el desarrollo de las habilidades por parte de los estudiantes.

Los contenidos teóricos son esenciales para avanzar en los procesos de aprendizaje de cualquier área del conocimiento, sin embargo, para el logro de retenerlos y hacerlos útiles, es

mejor la experimentación con ellos, esto es lo que promulga la metodología pedagógica denominada “aprender-haciendo” (“Learning by doing”), que descarta las técnicas didácticas como la memorización o la evaluación continua, en favor de otras que enseñan a los estudiantes a “saber hacer”. Se sugiere usar método de estudio de caso, lluvia de ideas o demás técnicas participativas ideales para generar innovación en los negocios.

IX. NÚCLEOS PROBLÉMICOS

- ¿Cuáles son los fundamentos históricos de la creatividad y la innovación en los negocios a nivel mundial, nacional y local, que forman para el desarrollo de negocios?
- ¿Cuál ha sido el papel de los procesos de creatividad, emprendimiento e innovación que han permitido entender y reconocer la manera de realizar negocios?
- ¿Cómo se han venido consolidando la creatividad, el emprendimiento y la innovación al interior de las organizaciones, desde la perspectiva del cambio y la incursión de nuevos escenarios tecnológicos?

X. EJES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS DE LA MATERIA

PRIMER ENCUENTRO TUTORIAL

Conceptos de Innovación:

- La nueva economía de la información
- Tipos de innovación. Como distinguir la innovación
- Teoría de la innovación y la necesidad de su medición
- Objetivos, barreras y resultados de la innovación.
- Clasificaciones Institucionales

TALLER PRIMERA TUTORIA

Resolver para comentar en clase:

1. ¿Qué es innovación?
2. ¿Qué no es innovación?
3. ¿Quiénes innovan hoy?
4. ¿Cuál es la tendencia?

SEGUNDO ENCUENTRO TUTORIAL

Desarrollo de habilidades de innovación

- Factores clave de la cultura innovadora
- Empresarios y fuentes de la innovación de equipos I&D
- Medición del desempeño en innovación
- Creación y sostenimiento de una cultura organizacional innovadora
- Gerencia estratégica de la innovación

TALLER TUTORÍA 2

Resolver caso. Estrategia para mantener el ritmo de la innovación en el sector de consumidores de rápido movimiento. Pag. 108 AHMED, SHEPERD, RAMOS. Administración de la innovación

TERCERA TUTORIA

Metodología de gestión de la innovación

- Planeación estratégica, competitividad en innovación
- Herramientas modernas de gestión organizacional, de la planeación estratégica y el pensamiento estratégico
- Acción humana y ética en la innovación.
- Plan de mejoramiento o de innovación aplicado a una empresa de la región
- Relación entre competitividad, cambio tecnológico e innovación y la era del conocimiento

TALLER TUTORÍA 3

Resolver

1. Explique a detalle las seis dimensiones que las organizaciones deben seguir para lograr mayores niveles de madurez en la gestión de la innovación.
2. ¿Cómo podemos definir el concepto de inteligencia de negocios?

TALLER CUARTA TUTORIA

Sustentación trabajo final, se socializa la definición de producto innovador, desarrollado durante los tres encuentros tutoriales. Se debe entregar el trabajo en CD, entregar una copia por CIPA.

Seleccionar una empresa para implementar el modelo de los valores con cultura innovadora:

1. Según el modelo “Innovar por medio de valores” ver ejemplo caso CEMEX pág. 203. Presentar la estrategia haciendo una propuesta a una empresa de la región y sustentarlo como trabajo final

XI. EVALUACIÓN

La actividad académica evalúa el número de talleres y/o actividades acordado con los estudiantes de acuerdo con las políticas del programa. Se tendrá en cuenta las actividades encaminadas al reconocimiento y refuerzo de los aprendizajes basados en las competencias a desarrollar. El referente de las evaluaciones será el acta de concertación. Para la habilitación se tendrá en cuenta el Estatuto estudiantil parágrafo 2 artículo 49.

Aspectos a Evaluar	Estrategias	Porcentaje
Aplicación de conocimientos	Evaluaciones escritas, participación	60%
Desarrollo de competencias	Realización de ejercicios prácticos específicos, exposición y Análisis de casos	40%

XII. BIBLIOGRAFÍA

- OECD, Statistical Office of the European Communities, Luxembourg. (2007). Manual de Oslo Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación, 3a edición. OECD Publishing,
 - UNIQUINDIO. Biblioteca CRAI Base de datos. Carballo, R. (2003). En la espiral de la innovación. Díaz de Santos. Disponible Internet. Tomado de <http://crai.referencistas.com:2078/?il=4208>
 - UNIQUINDIO. Biblioteca CRAI Base de datos. Jaramillo, R. Diego (2014). Gerencia de la innovación. Ediciones de la U. Disponible Internet. Tomado de <http://crai.referencistas.com:2078/?il=5512>
 - UNIQUINDIO. Biblioteca CRAI Base de datos. Corma Canós, Francisco. (2013). Innovación, innovadores y empresa innovadora. Díaz de Santos. Disponible Internet. Tomado de <http://crai.referencistas.com:2078/?il=4993>
 - UNIQUINDIO. Biblioteca CRAI Base de datos. Pervaiz K. Ahmed, Charles D. Shepherd, Leticia Ramos Garza, Claudia Ramos Garza. (2012) Administración de la Innovación Pearson <http://crai.referencistas.com:2078/?il=4688>
 - UNIQUINDIO. Biblioteca CRAI Base de datos. Rueda, Isabel. (2015) Manual de gestión del Conocimiento Dextra. Disponible en Internet <http://crai.referencistas.com:2078/?il=4293>
- UNIQUINDIO. Biblioteca CRAI Base de datos. Varela, Rodrigo. (2014) Innovación empresarial. Pearson. Disponible en Internet <http://crai.referencistas.com:2078/?il=966>

III.DATOS DE LOS DOCENTES QUE ORIENTAN LA ASIGNATURA

Nombre	Formación académica	Correo electrónico
NELSON ENRIQUE RODRÍGUEZ MARTÍNEZ	Administrador de Empresas	nerodriguez@uniquindio.edu.co
PABLO LOPEZ HENAO	Administrador de Empresas	plopez@uniquindio.edu.co

Administración
de Negocios