



Asignatura: Estrategia e innovación empresarial
Código: 32462
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Máster en Administración de Empresas (MBA)
Nivel: Máster
Tipo: Obligatoria
Nº. de Créditos: 4 ECTS

1. ASIGNATURA / COURSE TITLE

Estrategia e innovación empresarial / [Firm Strategy and Innovation](#)

1.1. Código / Course number

32462

1.2. Materia/ Content area

Emprendimiento, Innovación y Gestión del Conocimiento/ [Entrepreneurship, Innovation and Knowledge Management](#)

1.3. Tipo / Course type

Obligatoria / [Compulsory](#)

1.4. Nivel / Course level

Máster / [Master](#)

1.5. Curso / Year

1º año / [1st Year](#)

1.6. Semestre / Semester

2º semestre / [2nd semester](#)

1.7. Número de créditos / Credit allotment

4 ECTS

1.8. Requisitos previos / Prerequisites

Ninguno / [None](#)



Asignatura: Estrategia e innovación empresarial
Código: 32462
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Máster en Administración de Empresas (MBA)
Nivel: Máster
Tipo: Obligatoria
Nº. de Créditos: 4 ECTS

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

Cien por cien (se podrán admitir algunas ausencias, siempre y cuando estén adecuadamente justificadas).

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/1242650730215/contenidoFinal/Posgrado.htm>

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: Estrategia e innovación empresarial
Código: 32462
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Máster en Administración de Empresas (MBA)
Nivel: Máster
Tipo: Obligatoria
Nº. de Créditos: 4 ECTS

1.11. Objetivos del curso / Course objectives

El objetivo del curso consiste en intentar dar un valor y una dimensión estratégica a la innovación y a la 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 de que una organización no puede definir *lo que quiere hacer* (la estrategia) sin, previamente, establecer *lo que es y quiere ser* (la cultura).

En consecuencia, se ofrece un sistema analítico que permita comprender estrategias reales de innovación en la empresa, de modo que el estudiante llegue a ser capaz de diseñar, desplegar y controlar estrategias de innovación en cualquier organización con espíritu emprendedor.

1.11.2 Competencias generales a desarrollar:

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CB1 - Poseer y comprender conocimientos de los ámbitos siguientes: Fundamentos de organización de empresas; Dirección, financiación, contabilidad y control; Emprendimiento, innovación y gestión del conocimiento; Gobierno Corporativo, ética, entorno empresarial y responsabilidad social; Conocimientos instrumentales (métodos cuantitativos de gestión, sistemas de información y decisión, etc.)

CB2 - Saber aplicar en el contexto profesional los conocimientos adquiridos, disponiendo de las competencias que permiten elaborar y defender argumentos, y resolver problemas en el ámbito económico y financiero.



Asignatura: Estrategia e innovación empresarial
Código: 32462
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Máster en Administración de Empresas (MBA)
Nivel: Máster
Tipo: Obligatoria
Nº. de Créditos: 4 ECTS

CB3 - Adquirir la Capacidad de reunir e interpretar datos significativos para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Poder transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Haber desarrollado habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con alto grado de autonomía

1.11.3 Competencias específicas a desarrollar:

CE1 - Estructurar cualquier tipo de análisis acerca de los factores críticos del entorno, las fuerzas económicas, sociales, públicas y de otra índole, así como los grupos de interés de la empresa, tanto a nivel nacional como internacional

CE3 - Aplicar de forma sistemática, organizada y global, todas y cada una de las fases precisas en un proceso de dirección estratégica, identificando los factores críticos, y agentes clave a considerar en cada una de ellas.

CE4 - Desarrollar procesos de diseño, análisis y diagnóstico de la Organización, comprendiendo los principios, parámetros, elementos y contextos en los que las diversas estructuras organizativas pueden resultar más adecuadas y adaptables a los diversos contextos.

CE8 - Innovación, emprendimiento. Emprender procesos para el diseño y despliegue de estrategias de innovación y emprendimiento

CE9 - Capacidad para aplicar conocimientos a la práctica. Afrontar con éxito situaciones que requieran la resolución de problemas relacionados con la administración y dirección de empresas. Adicionalmente, se persigue la incorporación de habilidades, competencias y de experiencias con la realización de estancias o prácticas, en empresas u organizaciones.

1.11.4: Competencias transversales a desarrollar:

CG1 - Capacidad de análisis y síntesis, incluyendo habilidades para localizar, extraer, y analizar información de múltiples fuentes, y la habilidad para formarse una opinión argumentada que pueda defenderse de forma escrita u oral a diferentes audiencias.

CG2 - Capacidad de organización y planificación, ya que los trabajos de administración y dirección de empresas requieren de una planificación óptima para la asignación de los recursos contratados (selección del equipo de trabajo, asignación de recursos, planificación, control, retroalimentación y mejora).

CG3 - Comunicación oral y escrita, es decir, la habilidad para realizar y presentar informes escritos y de manera oral a diferentes públicos.



Asignatura: Estrategia e innovación empresarial
Código: 32462
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Máster en Administración de Empresas (MBA)
Nivel: Máster
Tipo: Obligatoria
Nº. de Créditos: 4 ECTS

Un profesional (tanto directivo, como académico-científico) necesita presentar dichos informes en su trabajo diario, tanto a los miembros de su equipo de trabajo como a sus clientes o público.

CG5 - Resolución de problemas, a partir del análisis de datos e información estructurada o desestructurada, que puede suponer el manejo de bases de datos, o sistemas de información y gestión empresarial. El estudiante debe ser capaz de organizar la información y realizar una evaluación crítica y preparar argumentos en base a la evidencia.

CG6 - Trabajo en equipo, ya que los trabajos de administración y dirección de empresas se desarrollan en equipos organizados y estructurados donde cada miembro se responsabiliza de una parte de la que debe posteriormente informar al resto del equipo

1.12. Contenidos del programa / **Course contents**

INTRODUCCIÓN

Tema 1: La innovación como factor clave de competitividad.

Tema 2: Fundamentos de innovación.

Tema 3: El proceso estratégico y la empresa innovadora: la innovación como proceso empresarial básico.

PARTE PRIMERA: LA DIMENSIÓN ESTRATÉGICA DE LA INNOVACIÓN

Tema 4: Una introducción a la cultura corporativa y al sistema de I+D+i

Tema 5: Cultura de innovación para la empresa y estilo corporativo.

Tema 6: Cultura de innovación y enfoque por competencias.

Tema 7: Cultura de innovación y creatividad.

Tema 8: Cultura de innovación, gestión, estructuras organizativas y aprendizaje.

Tema 9: Cultura de innovación y vigilancia e inteligencia tecnológica.

PARTE SEGUNDA: ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL

Tema 10: Desarrollo de una estrategia de innovación.

Tema 11: Fuentes de las estrategias de innovación.

Tema 12: La captura de los beneficios de la innovación a través del modelo de negocio.



Asignatura: Estrategia e innovación empresarial
Código: 32462
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Máster en Administración de Empresas (MBA)
Nivel: Máster
Tipo: Obligatoria
Nº. de Créditos: 4 ECTS

1.13. Referencias de consulta / Course bibliography

Básica

Morcillo, P. (2006). *Cultura e innovación empresarial*. Madrid: Thomson.

Tidd, J. (2013). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change, 5th ed.* Chichester, West Sussex, England: John Wiley & Sons

Complementaria

- Dussauge, P. y Ramanantsoa, B. (1987): Technologie et stratégie et stratégie d'entreprise. McGraw-Hill, París.
- Freeman, (1974): The Economics of Industrial Innovation. Harmondsworth Niddlesex. Penguin Books (Hay versión española: La teoría económica de la innovación industrial. Ariel, Barcelona, 1967).
- Gest (1986): Grappes technologiques. 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.
- Morcillo, P. (1995): La innovación en la empresa: un factor de supervivencia. AECA, Documento nº 7, Madrid.
- Morin, J. (1985): L'excellence technologique. Publi Unión, París.
- OCDE (1992): Francasti Manual. NESTI 1992 versión. Main text. DSTI/STII/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.
- Schumpeter, J.A. (1963): Teoría del desenvolvimiento económico. Fondo de Cultura Económica, México (Primera versión en alemán de 1911).
- Teece, D.J. (2009): *Dynamic Capabilities and Strategic Management. Organizing for Innovation and Growth*. Oxford: Oxford University Press.



Asignatura: Estrategia e innovación empresarial
Código: 32462
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Máster en Administración de Empresas (MBA)
Nivel: Máster
Tipo: Obligatoria
Nº. de Créditos: 4 ECTS

Von Hippel, E. (2006): *Democratizing Innovation*. Cambridge, MA: MIT Press (descargable gratuitamente en <http://web.mit.edu/evhippel/www/>).

□ Wernerfelt, B. (1984): A resource based-view of the firm. *Strategic Management Journal*, nº 5.

2. Métodos Docentes / Teaching methodology

En este curso se van a realizar las siguientes actividades:

- Clases teóricas, en las que además de impartir la materia prevista se espera de los estudiantes que participen activamente en su desarrollo. A tal efecto se espera hayan preparado la bibliografía que se recomienda para cada tema.
- Preparación y exposición en clase de casos prácticos sobre los temas del programa. En este tipo de actividad se espera que, además de reflejar los resultados de la investigación realizada, el estudiante sea capaz de articular un discurso técnico-científico de acuerdo a los estándares internacionales y de exponerlo en público.
- Realización de un examen final, en la que el estudiante deberá demostrar no sólo que ha asimilado los conocimientos necesarios para superar la asignatura, sino también su capacidad para el análisis crítico y su habilidad para la argumentación y / o inferencia lógica.
- En el marco de la programación general del MBA, podrán dictarse conferencias por parte de destacados profesores españoles o extranjeros relacionadas con el programa de la asignatura.

3. Tiempo de trabajo del estudiante / Student workload

Esta asignatura tiene asignada una carga total de trabajo para el estudiante de 4 créditos ECTS. Traducido en horas, esto significa que para superar la asignatura deberá realizarse un esfuerzo equivalente a 100 horas de trabajo en todo el semestre. La distribución por actividades del trabajo es la siguiente:

- 30 horas de clase presencial.
- 70 horas de trabajo personal. En este bloque se incluyen las siguientes actividades:



Asignatura: Estrategia e innovación empresarial
Código: 32462
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Titulación: Máster en Administración de Empresas (MBA)
Nivel: Máster
Tipo: Obligatoria
Nº. de Créditos: 4 ECTS

- Una hora semanal de tutoría. Durante este tiempo se hará un seguimiento personalizado de los progresos de los estudiantes. A criterio del profesor, y con previo aviso, se podrá utilizar esta hora para realizar tutorías de grupo.
- Lectura de la bibliografía para el seguimiento de curso.
- Preparación de los trabajos y de las exposiciones.
- Preparación del examen final.

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

- Examen: 40%
- Evaluación continua (participación activa en los debates, resolución de casos, comentarios de lecturas u otros materiales, trabajos individuales o en grupo, seguimiento de las tutorías): 60%

Para la convocatoria extraordinaria se aplicará el mismo porcentaje, debiendo entregar el alumno aquellos elementos de la evaluación continua que no hubiese entregado en su momento.

5. Cronograma* / Course calendar

Semana	Contenido	Horas presenciales	Horas no presenciales del estudiante
1	Temas 1 y 2	3	7
2	Tema 3	3	7
3	Tema 4	3	7
4	Tema 5	3	7
5	Tema 6	3	7
6	Tema 7	3	7
7	Tema 8	3	7
8	Tema 9	3	7
9	Tema 10	3	7
10	Temas 11 y 12	3	7
11	Evaluación final	5	

*Este cronograma tiene carácter orientativo.