

- **Nombre de la asignatura**

<p>Nombre de la asignatura. <b>Técnicas de innovación empresarial</b></p> <p>LGAC: <b>Desarrollo regional sustentable</b></p> <p style="text-align: center;">Tiempo de dedicación del estudiante a las actividades de: DOC 48- TIS 20- TPS 100 – HORAS totales 168– Créditos 6</p>
--

DOC: Docencia, TIS: Trabajo independiente significativo: TPS: Trabajo profesional supervisado

- **Historial de la asignatura.**

Fecha revisión/ actualización	Participantes	Observaciones, cambios o justificación
Marzo 2014	Dr. Gustavo Adolfo Monforte Méndez M.C. Andrés Miguel Pereyra Chan	Desarrollo del programa en unidades de aprendizaje en el Instituto Tecnológico de Mérida
Septiembre de 2016	M.AT.I. Luis Armando Cárdenas Florido M.C. Carmen Julia Angulo Chinchillas Dr. Mario Cortés Larrinaga Dr. Lorenzo Fidel Cota Verdugo M.C. Raquel Valdez Guerrero M.C. Graciela Guadalupe Ríos Calderón M.C. Carmen Julia Angulo Chinchillas M. A. Graciela Chiw de León M.L.M.E. Patricia Castro Cota M.A.R.H. Isela M. Robles Arias	Propuesta para la Maestría en planificación de empresas y desarrollo regional en el Instituto Tecnológico de La Paz

- **Pre-requisitos y correquisitos**

<b>Anteriores</b>	
Asignaturas	Temas
Ninguna	

- **Objetivo de la asignatura.**

El alumno participante adquirirá los conocimientos y las habilidades que le permitan organizar y conducir el proceso interno de innovación técnica y organizacional en empresas o dependencias públicas, y estudiará y pondrá en práctica técnicas y métodos diversos para la generación, presentación, evaluación e implementación de ideas innovadoras para la transformación eficaz de dichas organizaciones.

- **Aportación al perfil del graduado.**

La asignatura contribuye a que el egresado esté en condiciones de colaborar con la alta gerencia en los esfuerzos del cambio organizacional hacia una cultura de creatividad e innovación. Específicamente el curso se orienta a que el alumno:

Comprenda el carácter estratégico que la creatividad y la innovación tienen para las organizaciones privadas y públicas frente a los cambios globales.

Conozca los factores actitudinales y aptitudinales que potencian la creatividad individual y las barreras psicológicas y culturales que dificultan la exploración creativa de conceptos y soluciones y los medios para superarlas.

Analice diferentes modelos y analogías del proceso creativo y los tipos de pensamiento humano, e identifique las tendencias en el pensamiento empresarial en el ámbito global.

Entienda los elementos componentes de la cultura organizacional innovadora, discuta la necesidad de incorporar a la estructura la función de innovación, conozca y analice los sistemas y procedimientos empleados por organizaciones con una dinámica innovadora sobresaliente.

Conozca y practique diversas técnicas y tácticas para la presentación o venta de ideas, entienda los alcances del empleo de los métodos de consenso para la evaluación, selección, desarrollo e implementación de ideas, experimente los factores que condicionan la conducción de grupos creativos y elabore planes de acción, programas y campañas internas de sensibilización orientados a la incorporación de los valores de creatividad e innovación en la cultura organizacional de empresas locales.

**Contenido temático.**

Unidad	Temas	Subtemas
1	Importancia de la creatividad y la innovación para la competitividad empresarial.	1.1 Carácter estratégico de la creatividad y la innovación. 1.2 Tendencias que distinguen a las organizaciones de alto desempeño. 1.3 Creación de conceptos y monopolio de valor

2	Aspectos culturales, estratégicos y estructurales que condicionan la capacidad de innovación organizacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>2.1. Criterios dominantes de desempeño y efectos en el clima interno en organizaciones conservadoras e innovadoras.</li> <li>2.2. Aspectos tangibles e intangibles de la cultura organizacional.</li> <li>2.3. Elementos característicos de la cultura organizacional innovadora.</li> <li>2.4. Valores, supuestos, principios y metas que distinguen a las organizaciones innovadoras.</li> <li>2.5. Fines y medios estratégicos para desarrollar una cultura innovadora.</li> <li>2.6. Elementos estructurales que condicionan la capacidad de innovación.</li> <li>2.7. Importancia de las funciones transversales para la transformación exitosa.</li> <li>2.8. Insumos, resultados intermedios y finales,</li> </ul>
---	--	--

		<p>y técnicas requeridas del ciclo interno de innovación.</p> <p>2.9. Medio ambiente de trabajo para la creatividad y principio de la motivación intrínseca.</p>
3	Desarrollo de aptitudes creativas en el ámbito organizacional.	<p>3.1. Características del estilo de liderazgo innovador.</p> <p>3.2. Factores actitudinales y aptitudinales de la creatividad</p> <p>3.3. Barreras psicosociales a la creatividad.</p> <p>3.4. Bases conceptuales de la auto organización cognitiva y la creatividad irruptiva.</p> <p>3.5. Importancia del ambiente protector para el desarrollo de las ideas.</p> <p>3.6. Condiciones necesarias para mantener el impulso creativo</p> <p>3.7. Relevancia de la transición rápida de las ideas a la acción.</p> <p>3.8. Conveniencia de la actuación fuera de la zona de calma</p> <p>3.9. Elementos para la señalización</p>
4	Técnicas de creatividad de análisis e invención y de presentación de ideas.	<p>4.1 Técnicas de registro y procesamiento de evidencias de problemas y disfuncionamientos.</p> <p>4.2 Técnicas asociativas, analógicas, combinatorias y multilógicas para la generación de ideas innovadoras.</p> <p>4.3 Técnicas y tácticas para la presentación de resultados de proyectos de mejora e ideas</p>
5	Inducción de la participación amplia del personal en los eventos y procesos de cambio.	<p>a. Métodos de consenso para la evaluación e implementación de ideas.</p> <p>b. Campañas de sencibilización.</p> <p>c. Programas de sugerencias.</p>

- **Metodología de desarrollo del curso.**

- El curso se desarrollará con exposiciones y discusiones grupales sobre el contenido de los subtemas, complementadas con la revisión de capítulos de libros

y artículos científicos, y con la presentación y análisis de los reportes individuales de las prácticas propuestas, que implican

- **Sugerencias de evaluación.**

Para decidir la calificación final del alumno, se tomarán en consideración los siguientes criterios de evaluación:

- Asistencia y participación durante las sesiones semanales programadas en aula, (20%).
- Presentación y discusión de reportes de lecturas seleccionadas, (20%).
- Presentación de los reportes correspondientes a la realización de las actividades propuestas en organizaciones locales, (60%).

- **Actividades propuestas**

Se deberán desarrollar las actividades que se consideren necesarias por tema.

Unidad	Actividad
1 Importancia de la creatividad y la innovación para la competitividad	Análisis de transcripciones de entrevistas realizadas a altos directivos de organizaciones locales con relación a la innovación endógena.
2 Aspectos culturales, estratégicos y estructurales que condicionan la capacidad de innovación organizacional	Descripción y análisis de cinco eventos de cambio experimentados en una organización local.
3 Desarrollo de aptitudes creativas en el ámbito organizacional	Desarrollo de una idea de mejora organizacional a través de la aplicación de la provocación y la asociación forzada.
4 Técnicas de creatividad de análisis, creatividad de invención y presentación de ideas	Organización y conducción de sesiones creativas, con empleo de técnicas reconocidas, y realización de análisis comparativo respecto a sesiones creativas de participación libre.  Presentación de la idea de mejora organizacional desarrollada anteriormente.
5 Inducción de la participación amplia del personal en los eventos y procesos de cambio	Simulación del funcionamiento de un comité organizacional de evaluación de ideas de mejora presentadas por el personal

- **Bibliografía y Software de apoyo.**

### **Unidad 1**

Chiavenato, I. (2010). Innovaciones de la Administración: tendencias y estrategias, los nuevos paradigmas. México: McGraw-Hill Interamericana.

De Bono, E. (1994). Más allá de la competencia. Buenos Aires: Paidós Empresa 21.  
Murakami, T. y Nishiwaki, T. (1993). Estrategia para la creación. México: Panorama Editorial.  
Ponti, F. (2010). La empresa creativa. Buenos Aires: Ediciones Granica, S.A.  
VanGundy, A. (2009). Camino a la innovación. México: Grupo Editorial Patria

### **Unidad 2**

Bernoff, J. y Schadler, T. (2010). Empoderados. En Harvard Business Review América Latina. Vol. 88 No. 6. Julio.

Hansen, Morten T. y Birkinshaw, Julian, (2007). La cadena de valor de la innovación. Harvard Business Review, junio.

Hurwitz, Son, (2007). Permiso para improvisar (improvisación). Gestión de negocios marzo-abril

Nambisan, Satish y Sawhney, Mohanbir, (2007). La guía del comprador en el bazar de la innovación. Harvard Business Review, junio.

Wind, Yoran, (2007). Antes de salir a escena (impulso a la creatividad). Gestión de negocios marzo-abril

### **Unidad 3**

Boyle, Mary Ellen y Ottensmeyer, Edward, (2007). Catalizador del cambio (aprendizaje basado en las artes). Gestión de negocios marzo-abril.

Gardner, Howard, (2007). El poder de una buena historia (liderazgo discursivo). Gestión de negocios marzo-abril

Miles, Stephen A. y Watkins, Michael D., (2007). El equipo de liderazgo ¿Fortalezas complementarias o agendas conflictivas?. Harvard Business Review, junio

Von-Oech, R. (1987). El despertar de la creatividad: cómo innovar en alta tecnología. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

#### **Unidad 4**

De Bono, E. (1993). Seis sombreros para pensar: una guía de pensamiento para gente de acción. Buenos Aires: Granica/Vergara.

Majaro, S. (1988). Cómo generar ideas para generar beneficios: la brecha creativa. Buenos Aires: Granica/Vergara.

Raudsepp, E. (1987). Ideas geniales: qué hacer con ellas. México: Selector

#### **Unidad 5**

Ketelhöhn, Niels, (2007). Cómo extraer las ideas innovadoras desde el corazón de su empresa. Harvard Business Review, junio.

#### **Lecturas complementarias**

Ahmed, P., Sheperd, C., Ramos-Garza, L. y Ramos-Garza, C. (2012). Administración de la innovación. México: Pearson.

Anthony, Scott y Christensen, Clayton (2005). La dinámica de la disrupción, en Gestión de negocios, marzo-abril.

Cañeque, H. (2008). Alta creatividad: guía teórico-práctica para producir la innovación y el cambio. Buenos Aires: Prentice Hall - Pearson Education.

Drucker, P. (1988). La innovación y el empresariado innovador: la práctica y los principios. México: Editorial Hermes.

Gretz, K. Y Drozdek, S. (1994). Aproveche la creatividad de sus empleados. México: McGraw-Hill.

Govindarajan, V. y Trimble, C. (2010). Termine con las guerras en la innovación. En Harvard Business Review América Latina. Vol. 88 No. 6. Julio.

- **Nombre y firma del responsable del programa**

M.A.T.I. Luis Armando Cárdenas Florido