

| | |
|--------------------------------|--|
| Nombre de la asignatura | Generación De Ideas De Negocio Innovadoras |
| Código | 300ADM003 |

Información básica

| | | | |
|---|---|---|--|
| Departamento que ofrece la asignatura: | | Departamento de Gestión de Organizaciones | |
| Núcleo Básico de Conocimiento: | | Administración | |
| Área de conocimiento: | | ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN, CONTADURÍA Y AFINES | |
| Créditos: | Horas con acompañamiento docente | | Horas de trabajo independiente: |
| 3 créditos | Horas de clase: | Horas de práctica o laboratorio | 6 horas por semana |
| Total horas: | 3 horas por semana | No aplica | |
| 48 horas | | | |
| Modalidad: | Presencial | | |
| Idioma en la que se imparte: | La asignatura se dicta solo en español | | |
| Prerrequisitos: | | | |
| * | 300ANO004-Espíritu Emprendedor | | |
| * | 300LEI010-English 1 | | |
| * | 300ANO004-Espíritu Emprendedor | | |
| Correquisitos: | | | |

Asignaturas equivalentes:

Contenido

Tema 1. Desarrollo de competencias creativas

- Qué es la creatividad
- Principios y tipos de creatividad.
- Diagnostico
- Ser creativo
- Técnicas de creatividad

Tema 2. Búsqueda de oportunidades ¿ Observación - Customer Discovery

- Qué es un producto/servicio?
- Qué es un problema/oportunidad?
- Tendencias de consumo
- Cómo identificar una oportunidad?
- Evaluación de ideas

Tema 3. Innovación

- Qué es innovación?
- La innovación como proceso estratégico
- La innovación estratégica y el desarrollo de nuevos productos
- Técnicas de descubrimiento de ideas
- Cómo funciona un equipo creativo?

Tema 4. Materialización y desarrollo de la idea de negocio -Desarrollo del concepto de bien o servicio

- Concepto de negocio
- Dirección del desarrollo de nuevos productos
- Concepto igual a Idea innovadora
- Principios éticos
- Fuentes de financiación para la innovación
- Presentación

Objetivos

- El estudiante estará en la capacidad de Comprender el proceso de la generación de soluciones creativas para proponer una solución a problemas de potenciales usuarios.
- El estudiante estará en la capacidad de Construir una propuesta de valor que implique beneficios únicos para la solución de los problemas de los usuarios.
- El Estudiante estará en la capacidad de Contrastar una propuesta de valor creada en el mercado para validar su desempeño.

Bibliografía

- Blank, S. (2013). The four steps to the epiphany. K&S Ranch.
- Blank, S. & Dorf, B. (2012). The startup owner's manual. K&S; Ranch.
- De Bono, E. (1988). Seis Sombreros para Pensar. España: Ediciones Granica.
- De Bono E. (1994). El Pensamiento Creativo: el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas. Paidós.
- De Bono E. (1991). El Pensamiento Lateral: Manual De Creatividad. Ed Paidós.
- De Sánchez, M. (2004). Desarrollo de Habilidades de Pensamiento. Editorial Trillas. México.
- Harrington J., Hoffher G, Reid R. (2000). Herramientas para la Creatividad: Cómo Estimular la Creatividad en las Personas y en las Empresas. Mc Graw Hill.
- Kirby, D. (2003). Entrepreneurship. Estados Unidos : McGraw-Hill.
- Ries, E. (2011) The lean startup: How today's entrepreneurship use continuous innovation to create radically successful business. Crown Books.
- Thorpe, S (2001). Cómo Pensar Como Einstein: Maneras Sencillas De Resolver Problemas Imposibles. Colombia : Grupo Editorial Norma.
- Yang, K. & El í Haik, B. (2003). Design for six Sigma: a roadmap for product development. McGraw-Hill

Descripcion

El curso se orienta hacia la identificación de oportunidades con un alto componente innovador, busca fortalecer en los estudiantes competencias emprendedoras, desarrollando su capacidad creativa y de análisis para la identificación sistemática de oportunidades. Para ello se parte del aprendizaje experiencial, posteriormente se guía al estudiante con técnicas de análisis de oportunidades para finalmente desarrollar un concepto de un bien o servicio que le dé solución

al problema identificado. Al concluir el curso el estudiante tendrá una oportunidad de negocio claramente identificada para su posterior desarrollo en la vida empresarial y continuar con su desarrollo en las siguientes asignaturas de la opción complementaria.

La generación de un tejido productivo basado en la innovación y en el desarrollo de productos y servicios de alto valor agregado tiene su punto de partida en ideas de alta calidad, no basta con ser productivos y eficientes cuando la base del servicio no representa un beneficio diferenciado para el mercado objetivo. Metodologías de innovación basadas en el usuario, como el Business Model Generator, Lean StartUp, Design Thinking y DFSS (Design for Six Sigma) sostienen que la mayor oportunidad de generación de valor se da en las etapas tempranas del ciclo de vida de un producto o servicio (concepción, diseño y desarrollo). En este curso es esencial desarrollar las competencias de creatividad, resolución de problemas e identificación de oportunidades que permitan desarrollar el concepto de una idea de negocio a partir de los problemas encontrados que pueden ser aprovechados de forma novedosa.