

Curso Académico: (2024 / 2025)

Fecha de revisión: 26-04-2024

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía de la Empresa

Coordinador/a: PALOMERAS VILCHES, NEUS

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 2

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Gestión de la Innovación

OBJETIVOS

Objetivos específicos de aprendizaje:

Saber gestionar el rol de la innovación tecnológica en la construcción de la ventaja competitiva de la empresa

Comprender los principales retos que plantea la inversión en innovación tecnológica en las empresas.

Saber evaluar los elementos claves en la estrategia empresarial de protección de la propiedad intelectual.

Identificar las variables relevantes en la gestión organizativa que afectan la productividad de la inversión en I+D en una empresa

Comprender los retos de la gestión de la creatividad a nivel organizativo

Comprender el papel del conocimiento externo a la empresa en la estrategia de I+D y los retos que conlleva

Ser capaz de entender el impacto de la tecnología en el lugar de trabajo

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Los contenidos incluidos en esta asignatura se pueden resumir en los siguientes puntos:

1. Introducción: Aspectos clave en la estrategia de innovación
2. Apropiación de los beneficios de la innovación: mecanismos legales y estratégicos
3. La colaboración en I+D
4. La gestión del conocimiento externo
5. La organización interna de las actividades innovadoras. La gestión de la creatividad.
6. Debates actuales: el impacto de la inteligencia artificial

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

El curso combina la exposición y discusión de conceptos teóricos con el uso de casos de estudio que permiten ilustrar y profundizar en estos conceptos y en sus implicaciones prácticas.

Las clases están diseñadas para que los estudiantes contribuyan activamente en su desarrollo, participando en las discusiones y presentaciones, tanto de forma individual como en grupo. Ciertas actividades requieren preparación previa.

El curso combina la exposición y discusión de conceptos teóricos con el uso de casos de estudio que permiten ilustrar y profundizar en estos conceptos y en sus implicaciones prácticas.

Las clases están diseñadas para que los estudiantes contribuyan activamente en su desarrollo, participando en las discusiones y presentaciones, tanto de forma individual como en grupo. Ciertas actividades requieren preparación previa.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Peso porcentual del Examen Final:	50
Peso porcentual del resto de la evaluación:	50

Participación, resolución de casos, proyecto en grupo: 50%
Examen final: 50%

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Tidd, J. & Bessant, J. Managing innovation: Integrating Technological, market and organizational change, John Wiley & Sons , 2009 (4th edition)

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Narayanan, V. K. Managing technology and innovation for competitive advantage, Prentice Hall, 2001
- Schilling, Melissa A. Strategic management of technological innovation, McGraw-Hill, 2017 (5th edition)