

PROGRAMA DEL CURSO

Estrategias de innovación para superar la crisis.

Cód. C39

DIRECTOR:

Dr. D. Fernando Alonso Guinea.

COORDINADOR:

Dr. D. Luis Hernández Mendoza.

ESCUELA EN LA QUE SE INSCRIBE EL CURSO:

Escuela de Ciencias Sociales.

HORARIO DEL CURSO:

On-line.

NÚMERO DE ALUMNOS:

70

PERFIL DEL ALUMNO:

El curso es apto para licenciados, estudiantes, profesionales y cualquier persona en general que desee acercarse al mundo de la innovación estratégica en la empresa. No se requiere ninguna titulación ni conocimientos especiales para seguir el curso.

OBJETIVOS:

- Este curso tiene como objetivo introducir al alumno en primer lugar en la reflexión estratégica, fundamental para establecer objetivos a medio y largo plazo para la empresa, de forma que se garantice su competitividad y rentabilidad, y que sea sostenible en el tiempo. Hay que ser capaz de diagnosticar correctamente y con objetividad la situación de la empresa en sus distintas áreas. Además es fundamental entender el sector e interpretar los movimientos que en él suceden, así como anticipar los cambios en el entorno, y prever cómo éstos pueden afectar en el futuro.
- Y en segundo lugar se pretende desarrollar la capacidad creativa en la empresa, para que se planteen alternativas que se anticipen a las necesidades del mercado, e incluso puedan modular su desarrollo. De ahí que el curso se centre en gran medida en estos aspectos dentro de la estrategia empresarial.

PROGRAMA:

- **Conceptos generales de estrategia empresarial.** En este capítulo se abordarán los principales términos relacionados con la empresa y la estrategia empresarial: empresa, estrategia, competencia, ventaja competitiva, niveles de decisión estratégica, entorno, etc.
- **El proceso estratégico.** Se estudiará la metodología estratégica general, totalmente orientada a la aplicación práctica, en particular a enfoques empresariales intensivos en innovación.

- **La innovación en la empresa.** Se abordan los principales conceptos relacionados con la innovación, de forma previa al estudio de diferentes tendencias en innovación.
- **Innovación: la estrategia de los océanos azules.** Se aborda la innovación desde este punto de vista que tantos éxitos empresariales ha generado.
- **Innovación: Marketing Lateral.** Se continúa con otro enfoque para la innovación no menos exitoso, haciendo hincapié en la aplicación práctica del mismo.
- **Innovación sostenida y desplazante.** Se estudiará este modelo, propuesto por el profesor de Christensen (Harvard Business School), aplicándolo a casos reales de empresas.
- **Innovación práctica.** Se analizarán los aspectos prácticos y reales de la innovación, incluyéndose esquemas de éxito en empresas de diferentes tamaños, así como la definición de indicadores relacionados con la innovación.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS:

Realización de casos prácticos basados en situaciones reales de empresas.

PROFESORADO:

- D. Fernando Alonso Guinea, UCM.
- D. José Antonio Roderó, Impulso Directivo, S.L.