



DIPLOMADO DE POSTITULO EN GESTIÓN DEL CAMBIO E INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL

Programa

Estrategia e Innovación:

I. Identificación de la actividad curricular	
Carrera en que se dicta:	Psicología
Profesor o equipo:	Víctor Hugo Arancibia
Ciclo al que pertenece:	De formación profesional
Semestre:	Primero
Modalidad:	Virtual Sincrónico
Carácter:	Optativo
Requisitos:	
Año	2020
II. Descripción / Justificación de la actividad curricular	
El módulo está dirigido a proporcionar al alumno los conocimientos básicos sobre Gestión Estratégica, Estrategia Organizacional y su vinculación con los procesos y proyectos de innovación en las organizaciones formales. Se orienta a estimular el desarrollo del pensamiento estratégico, pensamiento analítico y la reflexión crítica.	
III. Objetivos de la actividad curricular	
El módulo pretende que el alumno sea capaz de: • Explicar qué es la Gestión (Estratégica, Táctica y Operacional) y cómo ésta se relaciona con la Innovación. • Comprender la relación entre Organización, Estrategia, Desempeño e Innovación. • Diferenciar entre Estrategia Corporativa, Competitiva y Funcional, y su operacionalización en Mapas de Objetivos Estratégicos (Balanced Scorecard / Agenda Estratégica) • Analizar y diferenciar alternativas de Estrategias Funcionales de Tecnología e Innovación. • Reflexionar respecto al alineamiento y efectividad de la Estrategia de Innovación con la Estrategia Corporativa y Competitiva. • Analizar casos concretos de implementación de diferentes opciones estratégicas en innovación	



IV. Temáticas o contenidos de la actividad curricular – En paréntesis () texto obligatorio
1. Gestión de Empresas, creación de valor, innovación y modelo de negocios (c) 2. Estrategia Corporativa, Competitiva y Funcional (b) 3. Modelos alternativos de análisis: Campo de Fuerzas (FODA), Estructuralista (Porter), Reconstruccionista (Kim y Moughborne) y Modelo Delta (Hax) (a) 4. Estrategias Empresariales para la Innovación (e, f, g) 5. Caso 3M: Estrategia de Innovación 6. Procesos y proyectos de Innovación (d) 7. Integración: Alineamiento entre Estrategia e Iniciativas para la Innovación: Agenda de la Innovación
V. Metodología de la actividad curricular
Virtual y sincrónicamente, mediante clases lectivas a cargo del profesor, junto con análisis de casos via zoom y U-Cursos.
VI. Evaluación de la actividad curricular
Se evaluará el aprendizaje mediante 2 trabajos sobre análisis de casos (50% c/u).
VII. Bibliografía básica y obligatoria de la actividad curricular
a. Chan, W. & Mauborgne, R. (2004) “La Estrategia Del Océano Azul”. <u>Harvard Business Review</u> (América Latina). b. Collis & Ruskstad (2008) “Puede decir Ud. cuál es su estrategia”. <u>Harvard Business Review</u> (América Latina). c. Kaplan, R. y Norton, D. (2008) “Dominar el Sistema de Gestión”. <u>Harvard Business Review</u> (América Latina). d. Osorio, C. y Elola, A. (2010) “Las decisiones críticas en innovación”. <u>Harvard Business Review</u> (América Latina). e. Pisano, G (2015) “You Need an Innovation Strategy”. <u>Harvard Business Review</u>. https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2015/08/3_You-Need-an-Innovation-Strategy-2.pdf f. Tidd, J. y Bessant, J. (2013) <u>Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change</u>, 5th Edition. Chapter 4: “Developing an Innovation Strategy”. John Wiley & Sons. (Secciones 4.1. a 4.3) g. Wheele, T.; Hunger, J.D.; & Oliva, I. (2007) <u>Administración Estratégica y Política de Negocios</u>. Capítulo 13, “Aspectos estratégicos en la administración de la tecnología y la innovación”. MEXICO: Pearson Education
VIII. Bibliografía complementaria
1) Andrew, J. (2007) “Making Innovation Pay”. ICARE. Obtenido el 1 de Marzo del 2010 http://www.icare.cl/eventos_anteriores_2007/rentabilizando_innovacion_2007/JamesAndrewBoston.pdf 2) BBVA-OpenMind (2015) <u>Reinventar la Empresa en la Era Digital</u>. https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2015/02/BBVA-OpenMind-libro-Reinventar-la-Empresa-en-la-Era-Digital-empresa-innovacion1.pdf



UNIVERSIDAD DE CHILE
Facultad de Ciencias Sociales
Departamento de Psicología

- 3) BMI Lab (2014) Business Model Pattern Cards. <https://bmlab.com/resources/>
- 4) Bujijs, J. (2003) "Modelling Product Innovation Processes, from Linear Logic to Circular Chaos". Creativity & Innovation Management, Jun2003, Vol. 12 Issue 2, p76-93
- 5) Chan, W. & Mauborgne, R. (2004) "Innovación de valor: la lógica estratégica del alto crecimiento". Harvard Business Review (América Latina). Agosto 2004.
- 6) Chan, W. & Mauborgne, R. (2009) "Navegar en el Océano Azul: Cómo la estrategia moldea la Estructura". Harvard Business Review (América Latina). Volumen 87, Número 9.
- 7) Chesbrough, H (2015) "Innovación abierta: Innovar con éxito en el siglo XXI", <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2015/01/BBVA-OpenMind-Innovacion-abierta-Innovar-con-exito-en-el-siglo-xxi-empresa.pdf>
- 8) Christensen, C., Kaufman, S. y Shih, W. (2008) "Las asesinas de la innovación: cómo las herramientas financieras destruyen su capacidad para hacer cosas nuevas". Harvard Business Review (América Latina). Enero 2008.
- 9) Christensen, C. y Johnson, M. (2008) "Cómo reinventar su modelo de negocios". Harvard Business Review (América Latina). Diciembre 2008.
- 10) Cohn, J., Katzenbach, J. & Vlask, G. (2009) "Cómo encontrar y preparar a los innovadores revolucionarios", Harvard Business Review (América Latina). Volumen 87, Número 9.
- 11) Cooper, Paul. (2005) "A study of innovators' experience of new product innovation in organizations". R & D Management, November 2005, Vol. 35 Issue: Number 5 p525-533
- 12) Coyne, K., Gorman, P. y Dye, R. (2008) "El pensamiento innovador surgido de un patrón convencional". Harvard Business Review (América Latina). Octubre 2008.
- 13) Drucker, P. (2004) "La Disciplina de la Innovación". Harvard Business Review (América Latina). Abril 2004.
- 14) Gassmann, O. y Frankenberger, K. y Csik, M (2014) Business Model Navigator. <https://bmlab.com/resources/>
- 15) Gassmann, O., Frankenberger, K. y Csik, M. (2013) The St. Gallen Business Model Navigator. Working Paper. <https://bmlab.com/resources/>
- 16) Getz, G. & Hamel, G. (2004) "Cómo innovar en una era de austeridad". Harvard Business Review (América Latina). Abril 2004.
- 17) Govindarajan, V. & Trimble, C. (2005) Ten Rules for Strategic Innovators. BOSTON: Harvard Business School Press.
- 18) Fernández, A. (2005) Creatividad e Innovación en empresas y organizaciones. MADRID: Diaz de Santos S.A.
- 19) Hax, A. y Wilde II, D. (2003) "El Modelo Delta – Un Nuevo Marco Estratégico". Journal of Strategic Management Education. Senate Hall Academic Publishing.
- 20) Hamel, G. (2006) "El porqué, el qué y el cómo de innovación de gestión". Harvard Business Review (América Latina). Febrero 2006.
- 21) Hammer, M. (2004) "Cambio profundo: Cómo la innovación operacional puede transformar su empresa". Harvard Business Review (América Latina). Abril 2004.
- 22) Hatum, A. (2010) "¿Qué puede enseñarle un restaurante a una multinacional? El caso de el Bulli y la conformación de una organización creativa" Harvard Business Review (América Latina). Noviembre 2010.
- 23) Innova CORFO (2018) Modelos de Negocios. <https://www.corfo.cl/sites/Satellite?blobcol=urldata&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1475166831859&ssbinary=true>
- 24) Kantis, H. y Diaz, S. (2011) Innovación y emprendimiento en Chile. SANTIAGO: Endeavor
- 25) Kaplan, R. (1998) "Innovation Action Research: Creating New Management Theory and Practice". Journal of Management Accounting Research, 1998, Vol. 10, p89-118,
- 26) Kaplan, R. y Norton, D. (2007) "Usar el Balanced Scorecard como un sistema de gestión estratégica". Harvard Business Review (América Latina). Julio 2007.
- 27) Kearsley, G. (1997) "How to conduct a cost-benefit analysis". Info-line. ALEXANDRIA, VIRGINIA: ASTD.
- 28) Mintzberg, Ahlstrand & Lampel (1999) Safari a la estrategia. SANTIAGO: Granica
- 29) Miranda, F (2000): "La gestión del proceso de diseño y desarrollo de productos", [en línea] 5campus.com, Economía de la Empresa. Obtenido el 6 de Junio del 2010 en <http://www.5campus.com/leccion/desapro>
- 30) Najgi, B. y Tuff, G. (2012) "Managing your innovation portfolio", en Harvard Business Review.
- 31) Osterwalder & Pigneur (2010). Business Model Generation. NEW JERSEY: John Wiley & Sons, Inc.,
- 32) Pomeroy, A. (2004) Cooking Up Innovation, HR Magazine, November 2004
- 33) Porter, M (2008) "¿Qué es estrategia?", en Harvard Business Review (América Latina).
- 34) Porter, M. (2008) Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Harvard Business Review (América Latina).
- 35) Rugby, D.; Gruver, K. y Allen, J. (2009) "Innovación en tiempos turbulentos". Harvard Business Review (América Latina). Volumen 87, Número 9.
- 36) Siguaw, J.; Simpson, P. y Enz, C. (2006) "Conceptualizing Innovation Orientation: A Framework for Study and Integration of Innovation Research".



UNIVERSIDAD DE CHILE
Facultad de Ciencias Sociales
Departamento de Psicología

Journal of Product Innovation Management, November 2006, Vol. 23 Issue: Number 6, p556-574.

- 37) Society for Human Resource Management (2008) CREATIVITY AND INNOVATION: How Leaders Support the Creative Process. SHRM Briefly Stated.
- 38) Society for Human Resource Management (2009) "Creativity and Innovation in Human Resource Management: A Sign of the Times", en SHRM Quarterly, THIRD QUARTER-2009
- 39) Trompenaars, F. & Hampden-Turner, Ch. (2010) Riding the waves of innovation. McGraw Hill.