

Código	Nombre			
MIE7102	Estrategia para la innovación y el emprendimiento de base tecnológica			
Nombre en Inglés				
Strategies for Scientific Innovation and Entrepreneurship				
SCT	Unidades Docentes	Horas de Cátedra	Horas Docencia Auxiliar	Horas de Trabajo Personal
6	10	1,5	1,5	7
Requisitos			Carácter del Curso	
150 créditos			Obligatorio del Magíster en Innovación y Emprendimiento en Ciencia y Tecnología	
Competencias a la que tributa el curso				
<p>Competencias de Egreso</p> <ul style="list-style-type: none"> • El estudiante al finalizar el curso será capaz de crear o liderar el desarrollo e implementación de soluciones tecnológicas a partir de estrategias de innovación y emprendimiento que faciliten el éxito y sustentabilidad de sus proyectos. • Identificar oportunidades y generar soluciones científico-tecnológicas a problemáticas del mercado/sociedad, considerando el manejo de la incertidumbre en los escenarios que se desenvuelve, utilizando el diagnóstico y la observación como herramientas de un proceso analítico que permiten conocer la situación real de la oportunidad que se le presenta. • Crear soluciones o respuestas innovadoras, considerando la ciencia y tecnología, en proyectos de base científica, que signifiquen una propuesta de valor para responder a oportunidades/necesidades del mercado y la sociedad. • Diseñar procesos innovadores efectivos y eficientes para dar respuesta a problemáticas del mercado y la sociedad, considerando el bien común, logrando emprender o generar valor para la institución a la que pertenece. 				
Propósito del Curso				
Los estudiantes del Magíster aprenderán sobre las teorías y prácticas de la innovación y el emprendimiento con el fin de adquirir las distinciones necesarias para analizar y desarrollar estrategias en el área. El curso facilitará el aprendizaje de conocimientos teóricos y prácticos a partir de la evaluación crítica de casos de innovaciones tanto exitosas como no exitosas a nivel nacional e internacional.				
Resultados de Aprendizaje				
<p>Al finalizar el curso, el estudiante:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contará con el conocimiento teórico para analizar y desarrollar estrategias de innovación y emprendimiento tecnológico puesto que conoce las principales teorías de innovación y emprendimiento • Al mismo tiempo, contará con la experiencia práctica de análisis de casos y experiencias tanto exitosas como fallidas que le permitan discriminar entre criterios y estrategias de análisis de experiencias de innovación y emprendimiento que faciliten su práctica de innovar o emprender en desarrollos tecnológicos. 				

Metodología Docente	Evaluación General
Este curso tiene una connotación teórico-práctica. Está compuesto por cátedras y análisis de casos que se alternarán para facilitar la integración entre teoría y el análisis práctico de casos a nivel nacional e internacional. Las lecturas serán obligatorias para anteceder las clases teóricas y prácticas.	El curso se evalúa a partir de tareas de dan cuenta del análisis crítico de experiencias de innovación y emprendimiento, en los cuáles se reflejan los conceptos teóricos y prácticos que son parte de las lecturas y cátedras. Adicionalmente, se califica la participación de los estudiantes en las discusiones en clase El cálculo de esas notas se efectúa de la siguiente forma:

	<ul style="list-style-type: none"> • NT = Promedio de las entregas parciales $(\sum w_i * P_i) / n$, donde P_i son las notas de las tareas y w_i la ponderación que tiene cada una de ellas. • NP= Nota de participación final • El alumno puede eximirse de dar el examen si el promedio actual la nota de tareas (NT y NP ponderado) es mayor o igual que 5.5. En este caso, la nota final corresponde al promedio de NT y NP por un ponderador de cada una de ellas • En caso de que el alumno rinda el examen, la nota final se calcula de la siguiente forma. $(0,8 * NT + 0,2 * NP) * 0,6 + EX * 0,4$ • La condición para aprobar el curso es: NP \geq 4.0, NT \geq 4.0
--	--

UNIDADES TEMÁTICAS

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
1	¿Qué es innovar y emprender en base a ciencias?	2
Contenidos	Indicador de Logro	Referencias a la Bibliografía
<ul style="list-style-type: none"> • Definiciones conceptuales básicas de innovación y emprendimiento en base a ciencias • Presentación de casos que identifiquen innovaciones y emprendimientos desarrollados a nivel nacional e internacional en los últimos 5 años 	Los estudiantes adquieren el lenguaje adecuado para abordar las discusiones sobre estrategias en innovación y emprendimiento y logran identificar de manera concreta experiencias de desarrollo en sus entornos inmediatos para facilitar el proceso de aprendizaje posterior	

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
2	Creación de valor: Patrones de cambio de las tecnologías y mercados	4
Contenidos	Indicador de Logro	Referencias a la Bibliografía
<ul style="list-style-type: none"> • Naturaleza y evolución de los mercados tecnológicos • La curva tecnológica • El paradigma del diseño dominante • Estudio de Casos 	Los estudiantes son capaces de aplicar los contenidos teóricos en el estudio de casos habiendo aprendido las principales distinciones teóricas acerca de la creación de valor en innovación y tecnología	1, 2, 3,

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
3	Estrategias de innovación y emprendimiento intra empresas	4

Contenidos		Indicador de Logro	Referencias a la Bibliografía
<ul style="list-style-type: none"> Naturaleza de las empresas y la innovación Desafíos del mercado actual Reestructuración organizacional y gestión del cambio Análisis de casos 		Los estudiantes adquieren las distinciones teóricas y prácticas necesarias para identificar los elementos críticos para el diseño de una estrategia de innovación o emprendimiento intra-empresas	4, 5, 6, 7
Número	Nombre de la Unidad		Duración en Semanas
4	Diseño de estrategias de innovación y emprendimiento		5
Contenidos		Indicador de Logro	Referencias a la Bibliografía
<ul style="list-style-type: none"> Criterios para la selección de una estrategia Estrategia disruptiva Estrategia en la cadena de valor Estrategia de arquitectura Estrategia en la definición de estándares Análisis de casos 		Los estudiantes adquieren los conceptos prácticos y teóricos necesarios para identificar diferentes tipos de estrategias de innovación y evaluar la pertinencia de su adopción en diferentes contextos y sobre la base de diferentes productos y servicios	8, 9, 10

Bibliografía General	
<ul style="list-style-type: none"> Rosenberg, Nathan. "Innovation's Uncertain Terrain." McKinsey Quarterly, pp. 170-185, Issue 3, 1995. Moore, Geoffrey A. "High-Tech Marketing Illusion" and "High-Tech Marketing Enlightenment." Chapters 1 and 2 in Crossing the Chasm, Harper Collins, pp. 9-59, 1999. Foster, Richard. "The S-curve: A New Forecasting Tool." Chapter 4 in Innovation, The Attacker's Advantage, Summit Books, New York, pp. 88-111, 1986. Gladwell, Malcolm. "Smaller: The Disposable Diaper and the Meaning of Progress." The New Yorker, pp. 74- 79, 11/26/2001. Welch, David. "General Motors: Live Green or Die." Business Week, May 15, 2008. Utterback, James M. "Developing Technologies: The Eastman Kodak Story." McKinsey Quarterly, pp. 130-144, Issue 1, 1995. Christensen, Clayton M. and Bower, Joseph L. "Customer Power, Strategic Investment, and the Failure of Leading Firms." Strategic Management Journal, 17(3), pp. 197-218, 1996. Schumpeter, Joseph. "The Process of Creative Destruction." Chapter VII in Capitalism, Socialism, and Democracy, Harper & Row, New York, pp. 81-86, 1942. Foster, Richard and Kaplan, Sarah. "Survival and Performance in the Era of Discontinuity." Chapter 1 in Creative Destruction, Broadway Business, pp. 7-24, 2004. Shapiro, Carl and Varian, Hal R. "The Art of Standard Wars." California Management Review, 41(2), pp. 8-32, 1999. 	

Vigencia desde:	Marzo 2017
Elaborado por:	Juan Velásquez
Validado por:	
Revisado por:	María José Sandoval, Julio Lira