

PROGRAMA DE CURSO

Código	Nombre		
IN7593	Gestión, Negociación y Estrategias de Innovación		
Nombre en Inglés			
Management, Negotiation an Innovation Strategies			
Créditos	Horas de Cátedra	Horas Docencia Auxiliar	Horas de Trabajo Personal
6	3	0	1,5
Requisitos		Carácter del Curso	
N/A		Electivo	
Competencias a las que tributa el curso			
El objetivo principal del curso es desarrollar en los alumnos habilidades específicas que le permitan realizar proyectos y potenciar su carrera profesional. Específicamente las habilidades desarrolladas en este curso serán: - Dirigir y motivar equipos de trabajo - Comunicar ideas y avance de los proyectos - Crear negocios, ofertas y productos - Venderse a sí mismo, así como Ideas y Productos - Entender la negociación como un fenómeno frecuente y en el cual se pueden obtener acuerdos como también no obtenerlos, y ser capaz de seguir avanzando en ambos escenarios. - Pensar y Actuar estratégicamente - Capacidad de entender distintos fenómenos que hasta la fecha han enfrentado en su vida profesional, y poder mirarlos a través de una perspectiva que involucre en el análisis los fenómenos de comportamiento tanto individual como de organizaciones, - Tener la capacidad para la capacidad de resolución de conflictos, y sobre todo prevenirlos o evitarlos. - Una clara comprensión de la existencia de los inevitables dilemas éticos en la vida de la administración, y la importancia de resolverlos a tiempo y en forma adecuada. - Identificar problemas y oportunidades de negocios, considerando un análisis cualitativo y cuantitativo de la organización público o privada. Asimismo, diseñar y aplicar procesos de cambio e innovación al interior de la organización. - Diseño arquitectura empresarial con visión sistémica integrando estrategia, modelo de negocios, tecnologías, etc.			

- Evaluar técnica y económicamente propuestas, generando soluciones de valor
- Comunicar ideas y resultados del proyecto, en forma escrita y oral, en diferentes contextos, utilizando técnicas de persuasión y negociación.
- Trabajar en equipos multidisciplinarios, asumiendo el liderazgo en las materias inherentes a su profesión en forma crítica y autocrítica.

Propósito del curso

Desarrollar en los alumnos habilidades más allá de las competencias técnicas, esenciales para que el alumno pueda desarrollar exitosamente proyectos y potenciar su carrera profesional.

Comprende la Diferencia entre Motivar y compensar a los miembros de un equipo de trabajo

1. Aplica metodologías de innovación y creatividad grupal a la resolución de problemas.
2. Comprende que la idea de proyecto tiene significados distintos desde la ingeniería, la estrategia de negocios y el marketing.
3. Entiende el proyecto como un trabajo a lograr desde un equipo. Identifica si cuenta con los talentos adecuados y la alineación suficiente para lograr objetivos. Maneja tiempo y compromisos y está entrenado para generar acciones correctivas.
4. Entiende el proyecto de innovación como un producto y maneja el proceso de diseño de análisis, diseño y puesta en marcha desde la lógica del plan de marketing.
5. Cuenta con metodologías para modelar, comunicarse y encantar a cada uno de sus clientes internos. Parte de la base que las personas no son resistentes al cambio, sino aman la tecnología y hacer cosas nuevas.
6. Maneja concepto de Economía institucional como marco teórico para comprender el cambio en las organizaciones.
7. Maneja conceptos esenciales de ingeniería de proyecto, con énfasis en concepto de PMO, software de apoyo, planificación y control de riesgos
1. Aplica metodologías de innovación y creatividad grupal a la resolución de problemas.
2. Comprende que la idea de proyecto tiene significados distintos desde la ingeniería, la estrategia de negocios y el marketing.
3. Entiende el proyecto como un trabajo a lograr desde un equipo. Identifica si cuenta con los talentos adecuados y la alineación suficiente para lograr objetivos. Maneja tiempo y compromisos y está entrenado para generar acciones correctivas.
4. Entiende el proyecto de innovación como un producto y maneja el proceso de diseño de análisis, diseño y puesta en marcha desde la lógica del plan de marketing.
5. Cuenta con metodologías para modelar, comunicarse y encantar a cada uno de sus clientes internos.

Parte de la base que las personas no son resistentes al cambio, sino aman la tecnología y hacer cosas nuevas. 6. Maneja concepto de Economía institucional como marco teórico para comprender el cambio en las organizaciones. 7. Maneja conceptos esenciales de ingeniería de proyecto, con énfasis en concepto de PMO, software de apoyo, planificación y control de riesgos	
Resultados de Aprendizaje	Competencias a las que tributa CE–CG
RA1: Analiza cómo la noción de proyecto adquiere diversos significados, según diversas perspectiva como la ingeniería, la estrategia de negocios y el marketing, a fin de comprender la importancia del proyecto como un trabajo a lograr como equipo. 2. Comprende que la idea de proyecto tiene significados distintos desde la ingeniería, la estrategia de negocios y el marketing. 3. Entiende el proyecto como un trabajo a lograr desde un equipo. Identifica si cuenta con los talentos adecuados y la alineación suficiente para lograr objetivos. Maneja tiempo y compromisos y está entrenado para generar acciones correctivas.	CE2
RA2: Maneja conceptos de economía institucional y de ingeniería de proyecto con énfasis en concepto de PMO, software de apoyo, planificación y control de riesgos como marco para comprender los procesos de cambio en las organizaciones 4. Maneja concepto de Economía institucional como marco teórico para comprender el cambio en las organizaciones. 5. Maneja conceptos esenciales de ingeniería de proyecto, con énfasis en concepto de PMO, software de apoyo, planificación y control de riesgos	CE2
RA3: Caracteriza el proyecto de innovación como un producto viable y original, identificando en el proceso de análisis si cuenta con los talentos dentro de la organización y el compromiso correspondiente desde la lógica del plan de marketing. 6. Entiende el proyecto de innovación como un producto y maneja el proceso de diseño de análisis, diseño y puesta en marcha desde la lógica del plan de marketing.	CE2
RA4: Aplica metodologías para modelar y comunicarse con los clientes internos, considerando la no resistencia al cambio por parte de los clientes, la valoración por la tecnología y la capacidad de innovación. 7. Cuenta con metodologías para modelar, comunicarse y encantar a cada uno de sus	CE2

clientes internos. Parte de la base que las personas no son resistentes al cambio, sino aman la tecnología y hacer cosas nuevas.	
RA5: Aplica metodologías de innovación, creatividad grupal y management, a la resolución de problemas, para generar acciones correctivas en una organización, desde la perspectiva de la negociación y estrategias para la innovación. 8. Entiende el proyecto como un trabajo a lograr desde un equipo. Identifica si cuenta con los talentos adecuados y la alineación suficiente para lograr objetivos. Maneja tiempo y compromisos y está entrenado para generar acciones correctivas. 9. Aplica metodologías de innovación y creatividad grupal a la resolución de problemas.	CE2-CG1-CG2

Metodología Docente	Evaluación General
La metodología de trabajo contempla: 1. Clases expositivas con papel central en la discusión de ideas con los alumnos. 2. Talleres. 3. Visionado de Videos Web.	Trabajo personal en torno a cómo las ideas y habilidades han generado mejoras sustantivas en su capacidad profesional. -Control a mediados del curso (Midterm) fecha por determinar. -Trabajo final Asistencia mínima: 75% (considera sesión completa).

Unidades Temáticas

Número	RA al que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
1		Gestión de Personas y Organizaciones	3
Contenidos			Referencias a la Bibliografía
- o Entender el origen de la motivación humana y la confusión contemporánea entre compensación y motivación en el mundo del management. - o Comprender el Self desarrollado por William James hace más de un siglo y la autoestima de las personas. - o Obtener resultados a través de otros: interdependencia y autoridad - o Los grupos Humanos. - o Disonancia Cognitiva. - o Neurociencia y Psicología Moral.			

o	Comportamiento Emocional	
o	Reforzar el Comportamiento	
o	Cultura y Organizaciones	
o	Fixed vs Growth Mindset	
o	Supuestos Errados frecuentes en el mundo del management	

Número	RA al que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
2		Negociación	2
Contenidos			Referencias a la Bibliografía
o	Introducción: conceptos fundamentales		
o	Falso dilema competitivo-cooperativo		
o	Posicionamiento y Poder		

Número	RA al que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
3		Dilemas Éticos	2
Contenidos			Referencias a la Bibliografía
o	Introducción		
o	Conciencia Individual		
o	El respaldo de la Organización		

Número	RA al que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
4		Creatividad	2
Contenidos			Referencias a la Bibliografía
o	Introducción: percibir como el otro percibe el mundo		
o	El mundo desde el ingeniero		
o	Desarrollar creatividad personal		
o	Dispositivos Creativos		
o	Gestión Creativa de Equipos para innovación disruptiva.		

Número	RA al que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
5		Generar Productos, Ofertas y Negocios Innovadores	2
Contenidos			Referencias a la Bibliografía
- o Lo que diferencia a los marketers. - o Posicionamiento: cuando diez palabras marcan el éxito o el fracaso - o Comunicación de Marketing - o Concepto de Producto - o Comprender y empatizar con el consumidor - o Metodologías para desarrollar productos exitosos - o ¿Ética del marketing?			

Número	RA al que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
6		Estrategia y Equipos de Trabajo	2
Contenidos			Referencias a la Bibliografía
- o Estrategia ¿qué es en realidad? - o Derribar el mito del genio estratégico, la fuerza de los equipos - o Como se habla y como se piensa estratégicamente. - o Cómo empatizar con el gerente general de su compañía			

Número	RA al que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
7		Proyectos	2
Contenidos			Referencias a la Bibliografía
- o Checklist rápido para hacer fracasar un proyecto - o Introducción a la política - o Los proyectos como aventuras personales			

Bibliografía General	
Bibliografía obligatoria Management y Negociación Bibliografía complementaria	

Vigencia desde:	2018
Elaborado por:	Juan Enrique Castro- Claudio Salvatore
Validado por:	Comisión de docencia
Revisado por:	Andrea Matamoras, asesora curricular