

PROGRAMA DE CURSO

Código	Nombre			
EP5001	DIMENSIÓN SOCIAL DE LA INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO			
Nombre en Inglés				
Social dimension of innovation and entrepreneurship				
SCT	Unidades Docentes	Horas de Cátedra	Horas Docencia Auxiliar	Horas de Trabajo Personal
6	10	1,5	1,5	6,0
Requisitos			Carácter del Curso	
120 créditos aprobados			Obligatorio del Magíster en Innovación y Emprendimiento en Ciencia y Tecnología	
Competencias a la que tributa el curso				
Competencias de Egreso				
- 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. - Gestionar equipos de trabajo multidisciplinarios y procesos, con el fin de comunicarse efectivamente, para de este modo tomar decisiones personales que se relacionen con la realización de tareas de forma responsable, comprometida, que logren la motivación de su equipo de trabajo, que faciliten la creatividad, el compromiso y eficiencia hacia el trabajo.				
Propósito del Curso				
Los estudiantes del Magíster aprenderán sobre las teorías y prácticas de diseño organizacional, conformación de equipos, liderazgo y trabajo colaborativo para la innovación y el emprendimiento, así como de aspectos centrales relacionados con la gestión de la creatividad. El curso será clave para reflexionar sobre las propias prácticas que sucedan en el desarrollo de los seminarios y talleres que son parte del programa.				
Resultados de Aprendizaje				
Al finalizar el curso, el estudiante:				
- Contará con el conocimiento teórico de diseño organizacional, conformación de equipos, liderazgo y trabajo colaborativo para la innovación y el emprendimiento. - Desarrollará competencias para liderar equipos creativos y facilitar la innovación y colaboración en su propia empresa o equipo.				

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 y presentaciones y otras actividades que 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: • NT = Promedio de las entregas parciales $(\sum w_i \cdot P_i)/n$, 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 • 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	ROLES Y LIDERAZGOS PARA LA INNOVACIÓN	8
Contenidos	Indicador de Logro	Referencias a la Bibliografía
• Teoría de los liderazgos y roles para la innovación • Conformación de equipos para la innovación y el emprendimiento • Estudio de casos • El entorno en la gestión de equipos para la creatividad • Estudio de casos	Los estudiantes conocerán las principales teorías sobre liderazgos, roles y conformación de equipos para la innovación y el emprendimiento. A partir de este conocimiento identificarán aspectos críticos para observar y diseñar prácticas básicas de gestión de recursos humanos y conformación de equipos de trabajo	1, 2, 3,8

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
2	CREATIVIDAD EN LA INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO	7
Contenidos	Indicador de Logro	Referencias a la Bibliografía
• Modelos de creatividad • Pensamiento creativo y métodos • Estudio de casos • Visualización de conceptos y prototipado • Estudio de casos	Los estudiantes aprenderán sobre el rol de la creatividad en la innovación y el emprendimiento, así como conceptos básicos para facilitar su desarrollo en sus empresas.	4, 5, 6, 7,9

Bibliografía General

1. Introduction to Leadership, Peter Northouse, Third Edition, Sage Publications 2015 ISBN 978-1-4522-5966-6
2. Creativity, Inc.: Building an Inventive Organization by Jeff Mauzy and Richard Harriman, ISBN: 1-57851-207-7, Harvard Business School Press.
3. Amabile, Teresa M., and Mukti Khaire. "Creativity and the Role of the Leader." Harvard Business Review 86, no. 10 (October 2008). <https://hbr.org/2008/10/creativity-and-the-role-of-the-leader/ar/1#>
4. Making Innovation Work: How to Manage It, Measure It, and Profit from It, Tony Davila, Marc J. Epstein, and Robert Shelton, 2006.
5. J. Goldenberg and D. Mazursky, Creativity in product innovation. Cambridge University Press, 2002.
6. Creativity: Understanding Innovation in Problem Solving, Science, Invention, and the Arts, Robert W. Weisberg, 2006.
7. The Creative Process: Reflections on Invention in the Arts and Sciences, Brewster Ghiselin, 1952.
8. The social construction of Facts and artifacts <https://www.jstor.org/stable/pdf/285355.pdf?refreqid=excelsior%3A53b3adb8d7761f53ac985903f1d0513f>. Analizar el caso de : Bijker and Pinch La bicicleta y/o el auto electrico)
9. Investigating the Not Invented Here (NIH) syndrome: A look at the performance, tenure, and communication patterns of 50 R & D Project Groups <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/radm.12136>

Vigencia desde:	Agosto 2018- Actualizado julio 2019
Elaborado por:	Profesor Juan Velásquez
Validado por:	
Revisado por:	Profesores María José Sandoval y Julio Lira