



INNOVACIÓN I: de la idea al mercado

Carrera	Ingeniería Comercial - Minor Innovación		
Código	EAM 0100		
NRC	2610		
Año de carrera/ Semestre	2 1		
Créditos SCT- Chile	4	Horas totales	110
Módulos semanales de docencia directa	2	Horas semanales de trabajo autónomo	82
Tipo de asignatura	Complementaria (Minor)		
Requisitos/ Aprendizajes previos	No		
Profesor responsable/ Coordinador	Paz Matus		
Contacto	pmatus@miuandes.cl		

Definición de la asignatura

Innovación 1 es el primer curso del Minor de Innovación, ofrecido por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, el cual es una introducción a la metodología que permite aplicar el proceso de innovación y realizar exitosamente el lanzamiento de un proyecto hacia el mercado.

Durante el curso entenderemos qué es realmente innovar, examinaremos cómo la innovación ha impactado en distintas industrias, cómo está siendo utilizada en el mundo real, cuáles son las tendencias que se ven actualmente en distintas industrias – tanto del punto de vista tecnológico como social – entre otros.

Los participantes buscarán identificar nuevas formas de hacer las cosas, cuya aplicación de forma innovadora resultará en una solución nueva para una problemática o necesidad de un grupo relevante de personas.



Aporte al Perfil de Egreso

Es capaz de analizar de manera sistemática, con pensamiento analítico y crítico, las complejidades que enfrentan las empresas en su organización interna y en su entorno, con el fin de proponer y ejecutar procesos orientados a la resolución de problemas organizacionales. Está capacitado para trabajar en equipo, comunicar sus ideas eficazmente y relacionarse con los demás valorando la igual dignidad de toda persona y el trabajo humano como fuente de desarrollo personal y de aporte al bien común.

Resultados de Aprendizaje generales de la asignatura

- Generar, procesar e interpretar información para la toma de decisiones económicas y empresariales.
- Resolver problemas y proponer soluciones en el ámbito económico y en las áreas empresariales, utilizando conocimientos científicos, herramientas matemáticas y técnicas computacionales de frontera.
- Comunicarse de manera efectiva, de forma oral y escrita.
- Trabajar en equipo, relacionándose adecuadamente con todas las personas.

Unidades	Resultados de aprendizaje específicos de la Unidad
I. Conceptos de innovación.	Conocer los tipos de innovación
II. Método NABC	Resolver problemas y proponer soluciones. Además de trabajar en equipo, relacionándose adecuadamente con todas las personas.
III. La creatividad como base de la innovación	Resolver problemas y proponer soluciones utilizando técnicas de Design Thinking. Además de trabajar en equipo, relacionándose adecuadamente con todas las personas.
IV. Metodología Business Canvas Model	Resolver problemas y proponer soluciones utilizando la metodología Canvas. Comunicarse de manera efectiva, de forma oral y escrita. Trabajar en equipo, relacionándose adecuadamente con todas las personas.
V. Dimensionando la Oportunidad	Generar, procesar e interpretar información para la toma de decisiones. Comunicarse de manera efectiva, de forma oral y escrita.

**Cronograma de actividades**

Semana	Fecha	Profesor	Contenidos/ Unidades Temáticas	Actividades en horas presenciales	Actividades en horas de trabajo autónomo de los estudiantes	Metodologías de evaluación
1	11 marzo 20	Paz Matus	Unidad 1: Qué es innovación. Conceptos básicos. I+D+i	2	0	Observación
2	18 marzo 20	Paz Matus	Tendencias en la Innovación. Innovación Tecnológica vs Social. Entrega actividad 1.	2	3	Trabajo breve
3	25 marzo 20	Paz Matus	Innovación Tecnológica. Charla CIB. Entrega actividad 2	2	3	Trabajo breve
4	01 abril 20	Paz Matus	Unidad 2: Elevator Pitch. Modelos de Negocio. Control 1: Seis Sombreros para Pensar (cap. 1-4 y 6).:	2	5	Control de lectura
5	08 abril 20	Paz Matus	Modelo NABC / Charla Innovación Social	2	1	Observación
6	15 abril 20	Paz Matus	Modelo NABC (Preparación entrega 1) Control 2: Seis sombreros para pensar (cap. 13, 20, 26, 33, 41 y 47).	2	8	Control de lectura
7	22 abril 20	Paz Matus	PRUEBA 1 (17:30 hrs)		5,5	Presentación oral
8	29 abril 20	Paz Matus	Unidad 3: Design Thinking.	2	1	Observación
9	6 mayo 20	Paz Matus	Design Thinking - Viaje del Cliente	2	1	Trabajo breve



Semana	Fecha	Profesor	Contenidos/ Unidades Temáticas	Actividades en horas presenciales	Actividades en horas de trabajo autónomo de los estudiantes	Metodologías de evaluación
			Entrega actividad 3			
10	13 mayo 20	Paz Matus	Design Thinking – Buyer Persona. Entrega actividad 4	2	3	Trabajo breve
11	20 mayo 20	Paz Matus	Unidad 4: Modelo Canvas Control 3: Control lectura Canvas	2	3	Control de lectura
12	27 mayo 20	Paz Matus	Modelo Canvas	2	7	Observación
13	3 junio 20	Paz Matus	PRUEBA 2 (17:30 hrs)		5,5	Presentación oral
14	10 junio 20	Paz Matus	Unidad 5: Actividad 5	2	6,5	Trabajo breve
15	17 junio 20	Paz Matus	Charla Inversionistas y Fondos	2	6,5	Observación
16	24 junio 20	Paz Matus	Preparación Examen	2	9	Observación
18	08 julio 20	Paz Matus	EXAMEN (17:30 hrs)		8	Presentación oral y escrita



Requisitos de aprobación	Calificación final del curso mínima 4.0
Nota final de la asignatura	<ul style="list-style-type: none">• Controles y trabajos en clases: 15%• Presentación 1 (prueba 1): 20%• Presentación 2 (prueba 2): 25%• Presentación 3 (examen): 40%
Evaluaciones	
Controles y trabajos en clases	Evaluaciones durante la misma cátedra, ya sea por actividades con nota – que serán previamente avisadas – como con controles de alguna lectura específica.
Presentación 1	DESCUBRIMIENTO. Descripción del problema y la oportunidad identificadas, presentado bajo el modelo NABC y con un pitch de 2 minutos como introducción.
Presentación 2	DISEÑO. Continuando y perfeccionando el modelo NABC, se debe desarrollar el prototipo (mockup) del producto/servicio que se propone para “capturar” la oportunidad seleccionada. Incluye análisis detallado de los atributos relevantes requeridos por el cliente/usuario, del nivel que alcanza la solución propuesta y la comparación con las alternativas actuales de mejor calidad; aplicando para ello adicionalmente la metodología Design Thinking.
Presentación 3	PRESENTACIÓN FINAL. Informe escrito de no más de 2 hojas, con el Modelo de Negocios propuesto con metodología Canvas, más la presentación completa.
Recursos de aprendizaje	
Bibliografía básica: Generación de Modelo de Negocio. Alexander Osterwalder and Yves Pigneur. Editorial Deusto.	
Otras lecturas podrán ser añadidas durante el curso, informando sobre estas con la debida anticipación.	