

MARKETING Y VENTAS

ESTRATEGIA Y GESTIÓN DE INNOVACIÓN

DESCRIPCIÓN GENERAL

El curso abarca de manera integral, práctica y con enfoque desde la empresa, los principales aspectos necesarios para desplegar la innovación como continua fuente creadora de valor. El curso desarrolla conceptos de innovación, economía del crecimiento, las razones que impulsan un creciente uso de la innovación, los modelos de negocios, el Design Thinking, la innovación disruptiva y la implementación de un sistema de gestión de la innovación en la empresa.

DIRIGIDO A

El curso se dirige a profesionales y emprendedores interesados en profundizar y actualizar sus conocimientos, destrezas y habilidades en el ámbito de la innovación y la creación de valor para la organización y sus clientes. El curso beneficiará a todo aquel interesado en adquirir los aspectos fundamentales asociados a la gestión de la innovación para resolver problemas y capturar oportunidades. El curso se recomienda a toda persona interesada, del ámbito empresarial y de entidades sin fines de lucro, en aprender cómo crear valor a partir de las necesidades y motivaciones de clientes y usuarios, superando a la propuesta de la competencia y las expectativas de clientes y usuarios.

OBJETIVO

Objetivo general

- Obtener conocimientos, destrezas y habilidades para utilizar la innovación en la empresa como un mecanismo continuo de creación de valor.

Objetivos específicos

- Entender la creciente necesidad de innovar
- Comprender la relación entre innovación y crecimiento económico
- Apreciar el vínculo entre cultura organizacional e innovación
- Comprender los desafíos de implementar sistemas de gestión de innovación
- Lograr conocimiento fluido sobre Design Thinking, la búsqueda de oportunidades, innovación disruptiva y la innovación abierta.
- Conocer los conceptos, estrategias y nociones fundamentales la gestión de la innovación

TEMARIO

- Innovación y el continuo crecimiento de la empresa
- Economía del crecimiento
- Fuentes de innovación
- Construcción de Modelos de negocio
- Desarrollando una cultura innovadora en la empresa
- La gestión inteligente del fracaso
- Identificación y gestión de oportunidades
- Sistemas de gestión de la innovación
- Design Thinking y enfoques asociados para identificar soluciones comerciales
- Implementando sistemas de gestión innovación en la empresa
- Análisis de casos exitosos y fallidos

METODOLOGÍA

El método de enseñanza promueve la participación activa del participante en su proceso de aprendizaje durante las sesiones y se orienta al logro de los objetivos enunciados, mediante la activa participación en clases y en las presentaciones y actividades a realizar durante las sesiones, las lecturas recomendadas para cada sesión y las discusiones acerca de temas propuestos en cada sesión.

La metodología del curso es eminentemente aplicada en torno a la ejecución de un proyecto de innovación (a realizar en grupos de 4 o 5 participantes). Los grupos de trabajo serán conformados al inicio del curso, presentarán sus avances quincenalmente (uno o dos grupos) para la discusión general, y expondrán sus trabajos finales durante la última sesión del curso.

EXPOSITOR: Hugo Campos de Quiroz, Ph.D., MBA

El profesor Campos posee un Ph.D. (John Innes Centre, UK), MBA (Universidad del Desarrollo, Chile) y Diplomado en Innovación (Universidad de Notre Dame, USA).

Ha sido Profesor en los programas de MBA de asignaturas como Gestión de la Innovación, Emprendimiento Corporativo y Gestión de la Tecnología en las universidades Pontificia Universidad Católica de Chile, del Desarrollo y Adolfo Ibáñez en Chile. Galardonado como el mejor profesor del MBA de la Universidad del Desarrollo en Chile. Amplia experiencia profesional en posiciones directivas en Chile, USA y Brasil.

Ha publicado numerosos artículos y dos libros en idioma inglés.

Actualmente se desempeña como Director de Investigación en el Centro Internacional de la Papa (CIP) en Lima.

DURACIÓN: 24 HORAS

DÍAS: MARTES