

MARKETING, VENTAS Y EMPRENDIMIENTO

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 fuente creadora de valor. El curso desarrolla conceptos de innovación, economía del crecimiento empresarial, las razones que impulsan un creciente uso de la innovación, los modelos de negocios, el Design Thinking, la innovación disruptiva y el manejo 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. La idea es crear valor para capturar valor del mercado.

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
- Aprender el vínculo entre cultura organizacional e innovación
- Comprender los desafíos de implementar sistemas de gestión de innovación
- Lograr conocimiento de la herramienta 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

- La economía de la innovación y la empresa
- El mundo cambió y las empresas tienen que cambiar también
- La visualización de las ideas para la innovación
- Identificación y construcción de Modelos de negocio
- Desarrollando una cultura innovadora en la empresa
- La gestión inteligente del fracaso
- Identificación y gestión de oportunidades
- La herramienta del Design Thinking para innovar y obtener soluciones comerciales
- Sistemas de gestión de la innovación
- Gestión del conocimiento 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: RICARDO ALCÁZAR

Egresado del Doctorado en Gestión de Empresas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima-Perú; MBA por la Université du Quebec á Montreal, Canadá (UQAM), distinguido con honores.

En el ámbito laboral, ha sido Gerente General y Vendedor de Frutaroma del Perú SAC, subsidiaria de la chilena CRAMER de sabores y fragancias desde 1992 por más de 15 años y en el mismo rubro, fue Director Comercial de la venezolana F& F Callizo and Sons SAC por 4 años hasta el 2010. Fue Presidente del Directorio de ZOFRATACNA del 2015 al 2016 y viene ejerciendo la Docencia Universitaria a tiempo parcial desde hace más de 14 años, en la especialidad de Marketing Internacional y Liderazgo, con énfasis transversal en la innovación y el emprendimiento en varias Universidades del Perú, a nivel pre y posgrado.

En el ámbito gremial empresarial, ha sido Director de la Cámara de Comercio de Lima en dos períodos (2010-2012 y 2001-2003), y de la Cámara de Comercio Peruano Chilena. Como Past Director de la CCL es miembro de la Comisión de Innovación, Ciencia y Tecnología de la CCL; Presidente del Comité Normalización Técnica de Gestión de I+D+i de Indecopi y representante ante Concytec para el Programa Nacional de Innovación. Fue Miembro de la Comisión que elaboró el Plan Estratégico Nacional de Exportaciones (PENX) del MINCETUR, representando a la CCL en el 2003. Conferencista internacional por la CCL en el Congreso de Cámaras latinas en USA y en el Consejo Empresarial Andino de la CAN. También, ha sido Jurado del Premio Iberoamericano a la innovación y el emprendimiento 2010, 2011, 2012 y 2013, organizado por la SEGIB, Secretaria General Iberoamericana.

Actualmente es Consultor de Innovación, Profesor y Jefe del Área Académica de Marketing, Ventas y Emprendimiento en CENTRUM Católica Graduate Business School.

DURACIÓN: 24 HORAS

DÍAS: MARTES