

PLAN DOCENTE



**Dirección de la Innovación
y Gestión del Cambio**

**Departamento de Dirección de
Empresas y Marketing**

Grado en Finanzas y Contabilidad

PARTE I. INTRODUCCIÓN.

TEMA 1: INNOVACIÓN, CIENCIA, TECNOLOGÍA Y CONOCIMIENTO.

- 1.1. Marco conceptual del estudio de la innovación.
- 1.2. La innovación: definición y tipología.
- 1.3. Gestión de la innovación y gestión del cambio.
- 1.4. Motivos para implantar la innovación en la organización.
- 1.5. Justificación de la innovación.
- 1.6. Beneficios estratégicos.
- 1.7. Nivel de innovación e impacto en los resultados.
- 1.8. Ventajas de la implantación de la innovación.
- 1.9. La difusión y apropiación de la innovación.
- 1.10. La gestión de la innovación como parte de la estrategia.

PARTE II. TIPOLOGÍA DE INNOVACIÓN.

TEMA 2: INNOVACIONES TECNOLÓGICAS. PROCESO Y PRODUCTO.

- 2.1. Tipos de innovación.
- 2.2. Las innovaciones tecnológicas en procesos.
- 2.3. Las innovaciones tecnológicas en productos y servicios.
- 2.4. La cuarta revolución industrial. Tecnología 5G.
- 2.5. Las innovaciones tecnológicas. Inteligencia artificial.
- 2.6. Las innovaciones tecnológicas. Robótica e IOT.
- 2.7. Las innovaciones tecnológicas. Realidad virtual y aumentada.
- 2.8. Las innovaciones tecnológicas. Tecnología wearable.
- 2.9. Las innovaciones tecnológicas. El big data y las smart cities.
- 2.10. Actividad 1. Innovaciones tecnológicas.

Dirección de la innovación y gestión del cambio

TEMA 3: INNOVACIONES NO TECNOLÓGICAS. ORGANIZACIONALES.

- 3.1. Innovación organizacional y directiva.
- 3.2. El rediseño interno de la organización.
- 3.3. Las competencias personales y las competencias organizativas.
- 3.4. El modelo europeo de excelencia y calidad.
- 3.5. Innovación organizacional. Componente técnica.
- 3.6. Innovación organizacional. Componente humana.
- 3.7. Employer branding, captar y retener el talento.
- 3.8. Innovación en la dirección de recursos humanos.
- 3.9. Estudio de casos de employer branding en empresas.
- 3.10. Actividad 2. Innovaciones no tecnológicas I.

TEMA 4: INNOVACIONES NO TECNOLÓGICAS. COMERCIALIZACIÓN.

- 4.1. La innovación en comercialización. La reputación de marca.
- 4.2. La innovación de marca, una tarea ambiciosa.
- 4.3. El posicionamiento de marca en la era del cliente.
- 4.4. Marketing de contenidos y publicidad emocional.
- 4.5. Saber comunicar. La gestión de las redes sociales.
- 4.6. La importancia del análisis del cliente.
- 4.7. Principales tendencias en social media marketing.
- 4.8. La innovación en comercialización. Estudio de casos.
- 4.9. Actividad 3. Innovaciones no tecnológicas II.

PARTE III. EL PROCESO ESTRATÉGICO DE DIRECCIÓN DE LA INNOVACIÓN.

TEMA 5: INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA.

- 5.1. Decisiones estratégicas de innovación.
- 5.2. Innovación en modelos de negocio.



Dirección de la innovación y gestión del cambio

- 5.3. Análisis del nuevo ecosistema empresarial.
- 5.4. Los nuevos actores en el entorno tecnológico.
- 5.5. El director financiero como socio estratégico.
- 5.6. El liderazgo en la era digital.
- 5.7. Fases de la innovación intuitiva. Análisis del cliente.
- 5.8. Análisis del entorno global e internacional.
- 5.9. Afrontar la Internacionalización y globalización.
- 5.10. La investigación en Dirección Estratégica de la Innovación.
- 5.11. Actividad 4. Innovación y estrategia.

TEMA 6: INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD.

- 6.1. Innovación y gestión de la creatividad. La creativiación.
- 6.2. Apoyo a la creatividad en las empresas.
- 6.3. La creación de una cultura de innovación y creatividad.
- 6.4. Cómo se planifican las ideas en la organización.
- 6.5. La creatividad y la generación de valor añadido.
- 6.6. Características del comportamiento creativo.
- 6.7. Superación de obstáculos y ambiente creativo.
- 6.8. Los gerentes creativos y el apoyo a la creatividad.
- 6.9. Laboratorios de creatividad e innovación.
- 6.10. Ejemplos de creatividad.
- 6.11. Actividad 5. Innovación y creatividad.

PARTE IV: LA PROTECCIÓN DE LA INNOVACIÓN.

TEMA 7: PROTECCION DE LA INNOVACION. EL SISTEMA DE PATENTES.

- 7.1. Fórmulas legales de protección de la innovación. La Ley de Patentes.
- 7.2. La Oficina Española de Patentes y Marcas.
- 7.3. Sistema español de patentes.
- 7.4. Los secretos empresariales y su protección.
- 7.5. El valor de marca y su protección.
- 7.6. Operativa en la solicitud de patentes.



Dirección de la innovación y gestión del cambio

- 7.7. Requisitos de patentabilidad y el estado de la técnica.
- 7.8. Actividad 6. La protección de la innovación.

TEMA 8: LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y LA CIBERSEGURIDAD.

- 8.1. Adaptación a la transformación digital.
- 8.2. La ciberseguridad, tratamiento de datos y reputación.
- 8.3. Los sistemas de gestión de seguridad de la información.
- 8.4. La ciberseguridad y sus leyes básicas de cumplimiento.
- 8.5. Las obligaciones y normativas europeas en ciberseguridad.
- 8.6. Principales amenazas en ciberseguridad.
- 8.7. La gestión de la desinformación y la reputación de marca.
- 8.8. Actividad 7. Transformación digital y ciberseguridad.

PARTE V: INNOVACIÓN Y GESTIÓN DEL CAMBIO.

TEMA 9: GESTION DEL CAMBIO Y PROYECTO DE INNOVACIÓN.

- 9.1. La gestión del cambio.
- 9.2. Dirigir en la incertidumbre.
- 9.3. Liderazgo y cambio.
- 9.4. La cultura orientada a la innovación.
- 9.5. Desarrollo de Proyectos de Innovación.
- 9.6. Fases de la innovación intuitiva.
- 9.7. El proceso de desing thinking.
- 9.8. La innovación abierta y sus claves.
- 9.9. El plan de negocios de innovación.
- 9.10. Ejemplos de proyectos de innovación.
- 9.11. Actividad 8. Proyecto de Innovación.

PROFESOR DE LA ASIGNATURA:

- Prof. Dr. Antonio Manuel Martínez López

Email: manu.martinez@dem.uhu.es

Web del Profesor: www.uhu.es/manu.martinez

HORARIO DE TUTORÍAS

HORARIO TUTORIAS PRIMER CUATRIMESTRE :

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
	10,30-12,30	10,00-12,30	18:30-20:00	

HORARIO TUTORIAS SEGUNDO CUATRIMESTRE :

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
17:30-19:00	10,00-12,00	10,00-12,00		

Despacho 41. Campus de La Merced

Departamento de Dirección de
Empresas y Marketing

● SISTEMAS DE EVALUACIÓN Y ACTIVIDADES A DESARROLLAR.

Los criterios de evaluación serán los siguientes:

1) Entrega de los trabajos propuestos (hasta 80% de la nota final). De cada tema trabajado en clase, deriva un trabajo teórico práctico con fecha de entrega indicada a través de la plataforma moodle. Durante el curso se pedirán en total 8 actividades con una valoración de 0 a 10 puntos cada una para una suma en la nota final de hasta 80 puntos sobre 100.

(Los temas y las presentaciones que desarrollan los temas estarán disponibles en la plataforma web moodle, así como los trabajos que se pedirán y el enlace para la subida de tareas).

2) La asistencia a las sesiones presenciales (hasta 20% de la nota final). La asistencia a las clases presenciales son muy importante para el seguimiento de la asignatura. La asistencia a clase se valorará con hasta 20 puntos sobre 100 de la nota final. En estas clases se podrán incluir la asistencia a seminarios y conferencias relacionadas con la asignatura.

3) Evaluación única final. El alumno que lo desee, podrá optar por la opción de la evaluación única final, que consistirá en un examen teórico práctico de 10 preguntas a desarrollar del temario de la asignatura. Para optar por esta opción, el alumno tendrá que comunicarlo con la debida antelación exigida en la normativa.