

## TALLER DE INNOVACIÓN 2

### I. Datos Informativos

Código	: 902006
Carrera	: Marketing e Innovación
Semestre	: 2020-2
Ciclo	: 2° ciclo
Categoría	: Formación profesional
Créditos	: 03
Pre-requisito	: Taller de Innovación 1
Docente	: Cesar Oshiro

### II. Sumilla

El Taller de Innovación 2 es de naturaleza teórico-práctica tiene como propósito formar al estudiante en la organización y la aplicación de metodologías que busquen soluciones innovadoras a problemas reales con enfoque empresarial o social, con especial énfasis en la definición del público objetivo y la identificación de problemas u oportunidades relacionados al mismo.

El contenido a tratar aborda la administración y organización del proceso metodológico de innovación, la investigación, la definición y transformación del problema como oportunidad, la generación de ideas, la priorización de propuestas, el desarrollo de soluciones, la elaboración de prototipos, la validación en campo y la presentación final de soluciones.

### III. Competencias

#### ▪ General:

Estructura y ejecuta una metodología de innovación, tomando en cuenta las partes del proceso creativo, resultando en un proyecto real, con precisión.

#### ▪ Específicas:

- Comprende la aproximación a una metodología de innovación cuyo fin es realizar un proyecto, con interés.
- Aplica la metodología de innovación para solucionar problemas empresariales o sociales, a través del trabajo en equipo, con compromiso.
- Analiza el proceso experimental realizado como un todo, así como sus partes, con objetividad.
- Evalúa su desempeño reconociendo sus competencias, mejorando la organización y estructura de su experimento, con trabajo en equipo.

### IV. Contenidos

#### 1ª Semana

- Visión actualizada de la innovación. ¿Qué es la innovación y por qué innovar?
- Macrotendencias globales y nacionales que impulsan la innovación.
- Formación de equipos y roles.
- Acuerdo de trabajo en equipo.

## **2ª Semana**

- Creatividad como primer paso de la innovación. Obstáculos para la creatividad.
- Fuentes de innovación. Guía de innovaciones (101 Métodos de Diseño).
- El reto (CreaLab).
- Tarea grupal: Investigar y hacer una guía de innovaciones en el Perú y en el mundo alrededor del tema.

## **3ª Semana - Evaluación Continua 1**

- Metodologías para innovar: Estrategia del Océano Azul y Design Thinking.
- Paso 1 de Design Thinking: Empatizar.
- Técnicas para el acercamiento con el público objetivo.
- Tarea grupal: Acercarse a su público objetivo y ejecutar entrevistas. Resumirlas en el mapa de empatía.

## **4ª Semana**

- Paso 1 de Design Thinking: Empatizar.
- Análisis del caso IDEO. Servicio enfocado en las personas. ¿Cómo innovarían en el rubro del caso, considerando a los usuarios?
- Paso 2 de Design Thinking: Definir.
- Tarea grupal: Definir públicos objetivos, problema, objetivos y retos del proyecto, y puntos principales.

## **5ª Semana**

- Paso 2 de Design Thinking: Definir. ¿Cuál es el problema y quién/es lo/s tiene/n?
- Identificación de oportunidades, en base a retos definidos.
- Innovación disruptiva. Tipología de la innovación. Análisis del caso Netflix.
- Paso 3 de Design Thinking: Idear.
- Taller de ideación en clase.

## **6ª Semana - Evaluación Continua 2**

- Presentación de ideas innovadoras sobre el proyecto.
- Análisis del caso Mandü: Diseñan un mundo donde trabajar bien, es posible.
- Replanteamiento de ideas.

## **7ª Semana - Examen Parcial**

- Sustentación de los tres primeros pasos de Design Thinking.

## **8ª Semana**

- Paso 4 de Design Thinking: Prototipar.
- Lean Startup: Prototipado rápido y barato.
- Ejecución de bocetos (101 Métodos de Diseño).
- Tarea grupal: Organización y determinación del plan de prototipado.

## **9ª Semana**

- Ecosistema de innovación en el Perú.
- Fuentes de financiamiento de la innovación. Fondos Innóvate Perú y FONDECYT (Cienciaactiva de Concytec).
- Tarea grupal: Exploración sobre los fondos de financiamiento de emprendimientos innovadores en el Perú (Innóvate Perú, Cienciaactiva, Startup Perú, NESsT).

## **10ª Semana**

- Desarrollo de prototipo final utilizando herramientas digitales y materiales.
- Paso 5 de Design Thinking: Testear.
- Taller de testing en clase. Determinación de mejoras e iteración.
- Tarea grupal: Testing en campo.

### **11ª Semana - Evaluación Continua 3**

- Presentación del prototipo final y resultados del testing.

### **12ª Semana**

- Análisis del proceso efectuado e identificación de oportunidades de mejora.
- Importancia de la interacción con el público objetivo como parte del proceso de innovación.
- Asesorías grupales.
- Tarea grupal: Elaboración de la sustentación de la propuesta final, considerando los pasos del Design Thinkin y las oportunidades de mejora.

### **13ª Semana**

- Sustentación del proceso de Design Thinking aplicado al proyecto.
- Pitch elevator.
- Feedback.

### **14ª Semana - Evaluación Continua 4**

- Presentación del informe (borrador) y propuesta final (vistas, prototipos).
- Feedback.

### **15ª Semana - Examen Final**

- Presentación final de la propuesta.

### **16ª Semana - Entrega de Notas**

## **V. Metodología**

- La plataforma virtual empleada es el Classroom de Google Suite for education donde se compartirá los recursos didácticos de cada una de las sesiones, empleando el Meet como medio de comunicación sincrónica para la ejecución de las sesiones de aprendizaje. Las técnicas didácticas en la modalidad remota son análisis, descripción, diálogo, ejemplificación, ejercitación, trabajos en equipos, conversación, exposición, aprendizaje basado en problemas y casos reales, investigación y lectura de fuentes utilizando los recursos consignados en la plataforma Classroom, diapositivas con estrategias del docente, videos, etc. Además se podrán utilizar los aplicativos como Kahoot, Mentimeter, Facebook entre otras conforme a las necesidades y requerimientos. La investigación es permanente para los estudiantes y el docente.

## **VI. Investigación Formativa:**

El curso atiende el proceso de investigación a través de la elaboración de una presentación final.

## **VII. Evaluación**

La evaluación está compuesta por lo siguiente:

- Examen parcial (30%)
- Evaluación Continua (40%). Se registra en cuatro momentos (10%, 10%, 10% y 10%= 40%), se compone de actividades académicas desarrolladas en el aula, y los avances del trabajo de investigación.
- Evaluación Final (30%), se compone de la nota grupal de presentación del trabajo final y la sustentación del mismo ante un jurado (15%), y de la nota de autoevaluación y coevaluación (15%).

## VIII. Fuentes bibliográficas

### Obligatorias:

- Azarova,, T. (s.f.). Tata “Nano”: The People’s Car. Recuperado de [http://mba.teipir.gr/files/Tata\\_Motors.pdf](http://mba.teipir.gr/files/Tata_Motors.pdf)
- Comisión de Apoyo a Emprendedores y Empresarios (2014). Lean StartUp. Recuperado de <http://segriasec.org/wp-content/uploads/2015/01/Manual-Lean-Startup.pdf>
- García, C. (2007). Espacios de innovación y transformación: el caso de IDEO. *ARQ (Santiago)*, (66), 54-59. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-69962007000200009>
- Izquierdo-Castillo, J. (2015). El nuevo negocio mediático liderado por Netflix: estudio del modelo y proyección en el mercado español”. *El profesional de la información*, 24(6), 819-826. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.nov.14>

### Complementarias:

- Isaksen, Scott G (2011) Los enfoques creativos para la resolución de problemas: un marco para la innovación y el cambio, SAGE Publications, California [153.4/I77/2011]
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves. (2015) Diseñando la propuesta de valor, Editorial Deusto, Barcelona [658.812/O21]
- Moote Idris (2013) Diseño Pensando en la innovación estratégica: lo que no pueden enseñarle en la escuela de negocios, Editorial John Wiley & Sons, Estados Unidos [741.6/M82]
- IDEO (2015) Documento: The Field Guide to Human-Centered Design. Recuperado de IDEO.org, <http://www.designkit.org/resources/1>
- Brown, Tim (2009). Change by Design (4° ed.). [741.6/B84]
- Nixon Natalie (2016) Pensamiento estratégico del diseño: Innovación en productos, servicios, experiencias y más allá, Editorial Bloomsbury Publishing, Nueva York [658.8/N54]