

1. DATOS INFORMATIVOS

DOMINIO:	Política económica, competitividad institucional, innovación, emprend		
CARRERA:	MBA VIRTUAL		
Asignatura/Módulo:	INNOVACIÓN EMPRESARIAL Y DISRUPCIÓN		
Paralelo:	N° horas 144		
Plan de estudios:	H. aprendizaje en contacto con el docente: 12		
Prerrequisitos:	H. aprendizaje autónomo: 84		
Periodo académico:	H. aprendizaje práctico-experimental: 0		
Docente o Co- Docente 1:	Grado académico y título profesional:	Co-Docente 2:	Grado académico y título profesional:
JUAN CARLOS PIÑUELA	MBA		MBA, ING. DE PROCESOS
Breve reseña de la actividad académica y/o profesional:			
<p>Docencia en Ciencias Administrativas. Experiencia en los ámbitos de Gestión de la Innovación, Creatividad, Desarrollo de Aprendizajes, Administración de la Productividad, Gestión por Procesos, Gestión de la Calidad, Planificación Estratégica y Operativa, Optimización Organizacional en empresas públicas y privadas de la región. Director General de ThinkQuality (consultora en innovación), Desarrollo de Startup RETOLIA.</p>			
Indicación de horario de atención al estudiante:			
Tutoría presencial:	Teléfono:		
Tutoría virtual:	Correo electrónico		JCPINUELA@PUCE.EDU.EC

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Innovación Empresarial y Disrupción es una asignatura diseñada para capacitar a los estudiantes en la identificación y aplicación de fuentes de innovación y disrupción que han transformado organizaciones a lo largo del tiempo, dentro del contexto económico y de negocios actual. Durante el curso, se abordarán temas como la creatividad, el diseño de modelos de negocio innovadores, las fuerzas del cliente, y la validación de propuestas de valor a través de metodologías como el Lean Canvas y el desarrollo de clientes de Steve Blank. A través de talleres prácticos, estudios de caso y el análisis de lecturas clave, los estudiantes aprenderán a desarrollar y validar ideas disruptivas, diseñar ofertas de valor atractivas, y crear MVPs (productos mínimos viables) para sus propias startups o proyectos de intraemprendimiento. La asignatura fomenta el pensamiento crítico y creativo, y prepara a los estudiantes para enfrentar desafíos empresariales con soluciones innovadoras y estratégicas.

DESCRIPCIÓN DE COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZ

<u>COMPETENCIAS TRANSVERSALES</u>	<u>COMPETENCIAS INTERDISCIPLINARES DEL DOMINIO</u>	<u>RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA CARRERA</u>	<u>RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA</u>
1. Humanista y con proyecto vital	Análisis de variables económicas y financieras en sus dimensiones global, nacional, sectorial y organizacional.		
2. Comprometido social, política y ambientalmente	Formulación y evaluación de políticas públicas que fomenten la eficiencia, la equidad y la competitividad orientadas a conseguir un mayor desarrollo económico y social, con responsabilidad ambiental.		
3. Crítico y analítico	Gestión estratégica y operativa de organizaciones racionales e interracionales y sus interrelaciones con los grupos de interés.		
4. Creativo e innovador, emprendedor			Rda1 (33,33), Analizar las principales fuentes de innovación y disrupción que han transformado organizaciones, en el contexto económico y de los negocios.
5. Motivado a ser más			Rda 2 (33,33)Aplicar las fases, métodos y herramientas del modelo de desarrollo de clientes para diseñar y validar propuestas de valor innovadoras y modelos de negocio en entornos
6. Comunicador asertivo			Rda 3 (33,33)Evaluar soluciones innovadoras y disruptivas generadas para impactar en entornos organizacionales y económicos.

4. EVALUACIÓN DE LOGROS DE APRENDIZAJE

Resultado de aprendizaje	Definición del criterio de evaluación del RdA	Ponderación (en porcentaje sobre	Nivel de logro alcanzado al RdA			
			Alcanzado con excelencia (A)	Alcanzado muy bueno (B)	Alcanzado (C)	Pendiente de alcanzar (D)
Rda1 (33,33), Analizar las principales fuentes de innovación y disrupción que han transformado organizaciones, en el contexto económico y de los negocios.	Criterio 1: Identifica las principales fuentes de innovación que han tenido un impacto significativo en las organizaciones, los negocios y el contexto económico.	40%	Identifica con precisión y detalle cinco fuentes de innovación, diferenciándolas claramente y explicando de manera convincente cada fuente con ejemplos prácticos y casos relevantes.	Identifica de manera adecuada cinco fuentes de innovación, diferenciándolas de manera adecuada; y, explicando claramente cada fuente, utilizando ejemplos relevantes con menor detalle. "	Identifica cinco fuentes de innovación, aunque falta claridad en la diferenciación y la explicación, utiliza ejemplos superficiales.	No logra identificar cinco fuentes de innovación, ni diferencia detalles entre ellas.
	Criterio 2: Analiza los diferentes tipos de disrupción y su impacto en los negocios.	60%	El estudiante analiza con profundidad los fundamentos teóricos desde un enfoque crítico en casos relevantes de disrupción en los negocios.	El estudiante analiza de manera adecuada los fundamentos teóricos desde un enfoque crítico en casos relevantes de disrupción en los negocios.	El estudiante analiza parcialmente y con poca profundidad los fundamentos teóricos desde un enfoque crítico en casos relevantes de disrupción en los negocios.	El estudiante no logra analizar críticamente los fundamentos teóricos desde un enfoque crítico en casos relevantes de disrupción en los negocios.
Rda 2 (33,33) Diseñar propuestas de valor innovadoras y modelos de negocio en entornos empresariales con métodos y herramientas del modelo de desarrollo de clientes.	Criterio 1: Selecciona métodos y herramientas del modelo de desarrollo de clientes en situaciones concretas del entorno empresarial.	60%	El estudiante domina por completo la selección de métodos y herramientas de la creatividad en situaciones concretas.	El estudiante demuestra conocimiento adecuado en la selección de métodos y herramientas de la creatividad en situaciones concretas.	El estudiante muestra un conocimiento básico en la selección de métodos y herramientas de la creatividad en situaciones concretas.	No logra seleccionar métodos y herramientas de la creatividad en situaciones concretas.
	Criterio 2: Aplica métodos y herramientas del modelo de desarrollo de clientes para validar propuestas de modelos de negocio.	40%	El estudiante domina por completo la aplicación de métodos y herramientas del modelo de desarrollo de clientes en situaciones de actualidad.	El estudiante demuestra conocimiento adecuado en la aplicación de métodos y herramientas del modelo de desarrollo de clientes en situaciones de actualidad.	El estudiante muestra un conocimiento básico en la aplicación de métodos y herramientas del modelo de desarrollo de clientes en situaciones de actualidad.	No logra emplear métodos y herramientas del modelo de desarrollo de clientes en situaciones de actualidad.
Rda 3 (33,33) Evaluar soluciones innovadoras y disruptivas generadas en entornos organizacionales y económicos.	Criterio 1: Construye soluciones relevantes, originales y aplicables a los entornos organizacionales y económicos.	50%	El estudiante demuestra una gran capacidad para construir soluciones originales y aplicables con alta relevancia aplicable al entorno organizacional o económico con un profundo entendimiento del contexto.	El estudiante demuestra capacidad para construir soluciones originales y aplicables al entorno organizacional o económico con un entendimiento del contexto.	El estudiante demuestra capacidad para construir soluciones aplicables al entorno organizacional o económico con un entendimiento limitado del contexto.	No logra construir soluciones relevantes, originales y aplicables a un problema específico.
	Criterio 2: Evalúa la factibilidad de la solución considerando la retroalimentación de las partes interesadas.	50%	El estudiante demuestra una capacidad excepcional para evaluar la factibilidad de la solución integrando de manera avanzada la retroalimentación de las partes interesadas.	El estudiante demuestra una capacidad adecuada para evaluar la factibilidad de la solución integrando la retroalimentación de las partes interesadas.	El estudiante evalúa la factibilidad de la solución integrando la retroalimentación de ciertas partes interesadas.	No logra evaluar la factibilidad de la solución considerando la retroalimentación de las partes interesadas.

5. METODOLOGÍA

Aula invertida Modelo Retolla: - Aprendizaje basado en proyectos - Aprendizaje basado en problemas - Aprendizaje basado en desafíos Estudio de casos

6. RELACIÓN RESULTADOS DE APRENDIZAJE, EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJES Y DIMENSIÓN DEL CONOCIMIENTO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA	Semana	Experiencias / estrategias de aprendizaje en contacto con el docente	Horas	Recursos	Escenario	Experiencias / estrategias de aprendizaje práctico-experimental:	Horas	Recursos	Escenario	Experiencias / estrategias de aprendizaje autónomo	Horas	Recursos	Escenario	DIMENSIÓN DEL CONOCIMIENTO (conceptos, hecho, procedimientos o principios)
Rda1 (33,33). Analizar las principales fuentes de innovación y disrupción que han transformado organizaciones, en el contexto económico y de los negocios.	1	Taller: Creatividad y el mundo de las ideas (relaciones forzadas)	1	Herramienta de Video Conferencia Herramienta digital para desarrollo de taller	Aula virtual	n/a	n/a	n/a	n/a	Video y Material del Profesor: la historia de la humanidad, perspectiva anacrónica. Lectura: La creatividad, primera ventaja competitiva / Conceptos. Andrés, F. (2005).	4	Textos Aula virtual TIC Portátil	Aula Virtual	1. Innovación y disrupción en organizaciones (1) 1.1 La historia de las ideas. 1.2 Evolución de la creatividad y la innovación en los negocios.
	2	Q&A	0,5	Tarea: Investigación documental, línea de tiempo de la evolución de la creatividad y la innovación en el mundo y los negocios.	Aula virtual	n/a	n/a	n/a	n/a	Escuchar podcast sobre la ciencia de las ideas (https://youtu.be/uM42uKLEA4?si=iyct5aZum6ANq3D8F)	3	Textos Aula virtual TIC Portátil	Aula Virtual	2. Innovación y disrupción en organizaciones (2) 2.1 Conceptos de creatividad e innovación
	3	Taller: Fuentes de Innovación y el camino del emprendedor	1	Herramienta de Video Conferencia Herramienta digital para desarrollo de taller	Aula virtual	n/a	n/a	n/a	n/a	Video y material del profesor: Las 7 fuentes de innovación según Drucker y el camino del emprendedor.	4	Textos Aula virtual TIC Portátil	Aula Virtual	3. Fuentes de innovación 3.1 Tipos de fuentes de innovación
	4	Q&A	0,5	Tarea: ejemplos de fuentes de innovación	Aula virtual	n/a	n/a	n/a	n/a	Lectura: Christensen, C. M. (1997). The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail. Harvard Business Review Press (1 - 17)	3	Textos Aula virtual TIC Portátil	Aula Virtual	4. El viaje de los emprendedores 4.1 Problem Fit 4.2 Solution Fit 4.3 Market Fit 4.4 Scale
	5	Taller: Innovación y disrupción en los negocios	1	Herramienta de Video Conferencia Herramienta digital para desarrollo de taller	Aula virtual	n/a	n/a	n/a	n/a	Video y material del profesor: disrupción. Lectura: Design Thinking por Tim Brown. Brown. (2008). Desing Thinking. Págs.1 - 9. Revisar video Tesco: https://www.youtube.com/results?search_query=tesco+home+plus	4	Textos Aula virtual TIC Portátil	Aula Virtual	5. Disrupción en entornos empresariales (1) 5.1 Disrupción de productos
	6	Q&A	0,5	Tarea: ensayo de la disrupción en los negocios del 2050, con aplicación de IA	Aula virtual	n/a	n/a	n/a	n/a	Revisar video 10 tecnologías que cambiarán el mundo: https://www.youtube.com/watch?v=hUnwlp58ys&ab_channel=PulsaChannel	3	Textos Aula virtual TIC Portátil	Aula Virtual	6. Disrupción en entornos empresariales (2) 6.1 Disrupción de negocios
	7	Taller: Horizontes de Innovación y tipos de emprendimiento	1	Herramienta de Video Conferencia Herramienta digital para desarrollo de taller	Aula virtual	n/a	n/a	n/a	n/a	Material del Profesor y video: Los horizontes de innovación y tipos de emprendimiento. Investigación: océanos azules.	4	Textos Aula virtual TIC Portátil	Aula Virtual	7. Innovación en entornos empresariales 7.1 Horizontes de Innovación 7.2 Tipos de Innovación
	8	Q&A	0,5	Proyecto - Caso mi primera startup: La idea	Aula virtual	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	Lectura: Christensen, C. M. (1997). The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail. Harvard Business Review Press (17 - 48)	3	Textos Aula virtual TIC Portátil	Aula Virtual
Rda 2 (33,33) Diseñar propuestas de valor innovadoras y modelos de negocio en entornos empresariales con métodos y herramientas del modelo de desarrollo de clientes	9	Taller: Modelo de negocio Lean Canvas	0,75	Herramienta de Video Conferencia Herramienta digital para desarrollo de taller Figma, Miro Proyecto Caso mi primera startup: Lean Canvas de mi primera Startup	Aula virtual	n/a	n/a	n/a	n/a	Material del profesor y video: Lean Canvas Lectura: Blank, S. (2005). The four steps to the epiphany: Successful strategies for products that win. K&S Ranch (11-24)	7	IA Aula virtual TIC Portátil	Aula Virtual	9. Lean Canvas 9.1 Lean Canvas y sus 9 componentes: 9.2 Problema (Problem) 9.3 Segmento de Clientes (Customer Segments) 9.4 Propuesta de Valor Única (Unique Value Proposition) 9.5 Solución (Solution) 9.6 Canales (Channels) 9.7 Flujos de Ingresos (Revenue Streams) 9.8 Estructura de Costos (Cost Structure) 9.9 Métricas Clave (Key Metrics) 9.10 Ventaja Injusta (Unfair Advantage)
	10	Taller: Las fuerzas del cliente	0,75	Herramienta de Video Conferencia Herramienta digital para desarrollo de taller Figma, Miro Proyecto Caso mi primera startup: Las Fuerzas del Cliente	Aula virtual	n/a	n/a	n/a	n/a	Material del Profesor y video: Jobs to be Done y las fuerzas del cliente. Lectura: Blank, S. (2005). The four steps to the epiphany: Successful strategies for products that win. K&S Ranch (25-36)	7	IA Aula virtual TIC Portátil	Aula Virtual	10. Propuestas de valor innovadoras 10.1 Jobs To Be Done 10.2 Fuerzas del Cliente

	11	Taller: Pruebas de Viabilidad, Factibilidad y Escalabilidad Q&A	1	Herramienta de Video Conferencia Herramienta digital para desarrollo de taller Proyecto Caso mi primera startup: Viabilidad, Factibilidad y Escalabilidad	Aula virtual	n/a	n/a	n/a	n/a	Material del profesor y video: Viabilidad, Factibilidad y Escalabilidad Lectura: Blank, S. (2005). The four steps to the epiphany: Successful strategies for products that win. K&S Ranch (37-86)	7	IA Aula virtual TIC Portátil	Aula Virtual	11. Validación de la Innovación (1) 11.1 Criterio Mínimo de éxito 11.2 Arquetipo de clientes 11.3 Tamaño de Mercado 11.4 Proyecciones de escalabilidad
	12	Taller: Pitchear Ideas Q&A	0,5	Herramienta de Video Conferencia Herramienta digital para desarrollo de taller Proyecto Caso mi primera startup: Pitchear Ideas	Aula virtual	n/a	n/a	n/a	n/a	Material del Profesor y video: Pitch Elevator y encontrar mi audiencia. Comunicación. Lectura: Blank, S. (2005). The four steps to the epiphany: Successful strategies for products that win. K&S Ranch (87-110)	7	IA Aula virtual TIC Portátil	Aula Virtual	12. Validación de la Innovación (2) 12.1 Audiencia 12.2 Elevator Pitch
Rda 3 (33,33)Evaluar soluciones innovadoras y disruptivas generadas en entornos organizacionales y económicos.	13	Taller: Descubrimiento del problema Q&A	0,75	Herramienta de Video Conferencia Herramienta digital para desarrollo de taller Figma, Miro Proyecto Caso mi primera startup: Prospectando Early Adopters	Aula virtual	n/a	n/a	n/a	n/a	Video y Material del profesor: Encontrando el problema y mis primeros Early Adopters. Lectura: Blank, S. (2005). The four steps to the epiphany: Successful strategies for products that win. K&S Ranch (87-142)	7	IA Aula virtual TIC Portátil	Aula Virtual	13. Difusión de la innovación 13.1 Curva de adopción de Innovación 13.2 La importancia de determinar el problema 13.3 Proceso de descubrimiento del Problema 13.4 Descubrir Necesidades 13.5 Priorizar Necesidades
	14	Taller: Definición de la solución Q&A	0,75	Herramienta de Video Conferencia Herramienta digital para desarrollo de taller Figma, Miro Proyecto Caso mi primera startup: Propuesta de solución	Aula virtual	n/a	n/a	n/a	n/a	Video y Material del profesor: Definición de las solución, herramienta de las 5P Lectura: Blank, S. (2005). The four steps to the epiphany: Successful strategies for products that win. K&S Ranch (143-160)	7	IA Aula virtual TIC Portátil	Aula Virtual	14. Diseño de soluciones 14.1 Journey Map 14.2 Matriz 5P/Modelo de Kano
	15	Taller: Creación de la Oferta de Valor Q&A	0,75	Herramienta de Video Conferencia Herramienta digital para desarrollo de taller Proyecto Caso mi primera startup: Oferta de Valor	Aula virtual	n/a	n/a	n/a	n/a	Video y Material del profesor: Oferta de Valor Hormozi, A. (2021). The \$100M offer: How to make offers so good people feel stupid saying no. Acquisition.com.	7	IA Aula virtual TIC Portátil	Aula Virtual	15. Ofertas de valor 15.1 Oferta de Valor 15.2 Componentes de la Oferta de Valor 15.3 Limitantes en la generación de Valor 15.4 Comunicación de la Oferta de Valor
	16	Taller: EL MVP Q&A	0,75	Herramienta de Video Conferencia Herramienta digital para desarrollo de taller Figma, Miro Proyecto Caso mi primera startup: MVP	Aula virtual	n/a	n/a	n/a	n/a	Video y Material del profesor: MVP Lectura: Blank, S. (2005). The four steps to the epiphany: Successful strategies for products that win. K&S Ranch (160-192)	7	IA Aula virtual TIC Portátil	Aula Virtual	16. Prototipado 16.1 MVP 16.2 Fases 16.3 Tipos de MVP

8. BIBLIOGRAFÍA

a. BÁSICA

Bibliografía (basarse en normas APA)	Código Biblioteca PUCE	Nro. de ejemplares
Christensen, C. M. (1997). The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail. Harvard Business Review Press.	No aplica	Digital
Blank, S. (2005). The four steps to the epiphany: Successful strategies for products that win. K&S Ranch.	No aplica	Digital
Hormozi, A. (2021). The \$100M offer: How to make offers so good people feel stupid saying no. Acquisition.com.	No aplica	Digital

b. COMPLEMENTARIA

Bibliografía (basarse en normas APA)	Código Biblioteca PUCE	Nro. de ejemplares
Andrés, F. (2005). La creatividad, primera ventaja competitiva. Conceptos.	No aplica	Digital
Boyd, Drew [Autor]. (2014). Dentro de la caja: el proceso creativo que funciona en todos los casos. Empresa Activa. https://puce.odilo.us/info/dentro-de-la-caja-el-proceso-creativo-que-funciona-en-todos-los-casos-03365360	No aplica	Digital
Cañeque, H. (2014). Ocho claves para el cambio creativo: en la empresa y en la vida: (ed.). Ediciones Granica. https://elibro.puce.elogim.com/es/lc/puce/titulos/66779	No APlica	Digital

Elaborado por:

Juan Carlos Piñuela Espín



Revisado y Aprobado por:



f) Docente

Mgtr. Heidi Cepeda López

Fecha: 4 Septiembre 2024

f) Coordinadora MBA virtual