

**COURSE DATA****Data Subject**

Code	42810
Name	Technology, innovation and strategy
Cycle	Master's degree
ECTS Credits	6.0
Academic year	2017 - 2018

Study (s)

Degree	Center	Acad. year	Period
2132 - M.U. en Creación y Gestión de Empresas Innovadoras	Faculty of Economics	1	First term

Subject-matter

Degree	Subject-matter	Character
2132 - M.U. en Creación y Gestión de Empresas Innovadoras	1 - Innovation	Obligatory

Coordination

Name	Department
GONZALEZ CRUZ, TOMAS	105 - Business Administration 'Juan José Renau Piqueras'

SUMMARY**English version is not available**

En el entorno actual, altamente dinámico, resulta esencial comprender los fundamentos que impulsan la innovación en la empresa.

La finalidad de la asignatura estriba precisamente en conceptualizar y comprender las implicaciones de los 3 ejes que apuntalan buena parte del éxito competitivo de la empresa actual: la tecnología, la I+D y la propia innovación. Estos 3 componentes adquieren en el entorno económico-empresarial actual un papel protagonista como garantes de la competitividad.

Además de presentar, analizar y debatir el contenido e implicaciones de la tecnología, la I+D y la innovación, se pondrá especial énfasis en las distintas estrategias que las empresas pueden adoptar ante la innovación, así como la relación que guardan con la estrategia corporativa.

La asignatura incorpora varias sesiones bajo el formato de Seminario, con la presencia como invitado de un reconocido experto-profesional en la materia, que aportará una visión aplicada sobre distintos aspectos de la gestión de la innovación y del conocimiento



PREVIOUS KNOWLEDGE

Relationship to other subjects of the same degree

There are no specified enrollment restrictions with other subjects of the curriculum.

Other requirements

No se requieren conocimientos previos

OUTCOMES

2132 - M.U. en Creación y Gestión de Empresas Innovadoras

- Students can apply the knowledge acquired and their ability to solve problems in new or unfamiliar environments within broader (or multidisciplinary) contexts related to their field of study.
- Students have the knowledge and understanding that provide a basis or an opportunity for originality in developing and/or applying ideas, often within a research context.

LEARNING OUTCOMES

English version is not available

- Establecer un marco de análisis homogéneo desde el que contemplar y analizar la innovación y las empresas innovadoras desde todas las perspectivas y niveles de análisis, tanto desde la perspectiva externa de la empresa como desde su ámbito interno, tanto en el nivel sectorial como en el nivel de la empresa; y dentro de ésta, desde la estrategia corporativa a las estrategias funcionales, pasando por la estrategia de negocios o competitiva.
- Conocer y comprender los efectos estratégicos de la innovación, y cómo inciden en el posicionamiento empresarial en su entorno competitivo
- Conocer y comprender los procesos de formulación e implantación de las estrategias empresariales ante la innovación y el cambio.
- Conocer y comprender los condicionantes de tipo organizativo que pueden fomentar u obstaculizar la implantación de estrategias guiadas por el afán de innovar.

DESCRIPTION OF CONTENTS

1. INNOVATION IN MATURE INDUSTRIES

2. STRATEGIC INNOVATION

3. INNOVATION MANAGEMENT



4. COMPETITIVE INTELLIGENCE

WORKLOAD

ACTIVITAT	Hours	% To be attended
Theory classes	45.00	100
Attendance at events and external activities	15.00	0
Development of group work	15.00	0
Development of individual work	10.00	0
Study and independent work	25.00	0
Readings supplementary material	10.00	0
Preparing lectures	5.00	0
Resolution of case studies	15.00	0
TOTAL	140.00	

TEACHING METHODOLOGY

English version is not available

En las sesiones teórico-prácticas, el profesor/a desarrollará los principales conceptos teóricos recogidos en el programa utilizando un modelo mixto “lección magistral-modelo participativo” el cual trata de fomentar la participación del alumno. Se acudirá al estudio de diversos **casos reales** para fomentar el debate a la hora de aplicar la metodología explicada en clase. Se recurrirá al uso de una plataforma de simulación en la cual se aplicarán los conocimientos desarrollados en la asignatura. El alumno contará normalmente , aunque no siempre, con la documentación de contenidos teóricos necesarios antes del tratamiento correspondiente en clase, a través de la aplicación “Aula Virtual”: <http://aulavirtual.uv.es>, pudiendo hacerse consultas sobre su funcionamiento en la dirección Aula.Virtual@uv.es

EVALUATION

English version is not available

En el sistema de evaluación de esta asignatura se considerarán dos partes. Una **primera parte** cuya valoración global será del **50% de la calificación final** de la asignatura, y que se realizará por medio de un examen escrito sobre los contenidos teóricos y prácticos básicos del programa.

Una **segunda parte**, cuya valoración final será del **50% de la calificación final**, estará determinada por la ejecución de trabajos y participación activa en clase.



REFERENCES

Basic

- Valls, J. Escorsa, P. (2003), Tecnología e innovación en la empresa. dirección y gestión, Edicions UpC, Barcelona
- Fernandez, E. (2005), Estrategia de innovación, Thomson, Madrid
- Benavides, C.A. (1998), Tecnología, innovación y empresa, Pirámide, Madrid
- Gaynor, G. (1999), Manual de gestión en tecnología, McGrawHill, Madrid
- www.cotec.es
- West, A. (2002), Estrategia de innovación, Fundación COTEC, Madrid
- Tidd, J., Bessant, J. (2007), Managing innovation, John Wiley and Sons, London
- Kim, W,C, Mauborgne, R. (2005), Blue Ocean Strategy, Harvard Business Press
- March, I. (2016), Innovación y desempeño en la empresa valenciana, Universitat de Valencia e Improven