Tecnológico de Monterrey

Innovación de servicios (AD5021)

VERANO 2015

MARIANA ALFARO CENDEJAS & ÁLVARO MARTÍNEZ NEGRETE

Objetivo general del curso

- Al finalizar el curso los alumnos participantes serán capaces de desarrollar una ***estrategia de innovación*** en una empresa, identificando las áreas de negocio claves que inciden en la calidad del servicio (interno / eterno).

Objetivos particulares

Desarrollar las competencias para

1. Manejar las distinciones básicas de la innovación actual
2. Conocer y aplicar estrategias derivadas de casos de éxito de innovación en entornos nacionales y regionales orientados al servicio
3. Conocer y aplicar herramientas de gestión de la innovación
4. Optimizar la gestión de la relación del cliente desde la óptica estratégica
5. Vincular estrategias de negocio con aplicaciones tecnológicas que generen valor
6. Comprender el ciclo del servicio y su impacto en la empresa

Intención del curso en el contexto general del plan de estudios

- Este curso es de nivel avanzado en el área de conocimiento de la administración de servicios y tiene la intención de que el alumno adquiera conocimientos y habilidades para diseñar estrategias que promuevan la innovación y pueda desarrollar propuestas viables de nuevos servicios en las empresas.
- Se requieren conocimientos previos de estrategia, mercadotecnia, economía y finanzas.
- Como resultado del aprendizaje se espera que el alumno elabore proyectos donde aplique conocimientos y habilidades para integrar una organización orientada al servicio.

Profesores

MARIANA ALFARO CENDEJAS

Especialista en Inteligencia de Mercados, más de 25 años como catedrática y ponente. Fundadora de AlCe Mercadotecnia, una empresa boutique de estudios de mercado.

Es administradora de empresas, cuenta con dos maestrías (Ciencias de la Administración y Negocios Internacionales), una especialidad de Mercadotecnia por Oslo Business School, coach ontológica y especialidad en Terapia Gestalt. Actualmente es doctorante del programa en Dirección y Mercadotecnia en la UPAEP.

ÁLVARO MARTÍNEZ NEGRETE

Especialista en gestión del cambio e implementación de soluciones de base tecnológica. Es consultor *senior* en AlCe Mercadotecnia, donde participa en el desarrollo de proyectos de innovación empresarial y *business inteligence*.

Es ingeniero en sistemas computacionales y cuenta con una maestría en Ciencias Computacionales; es coach ontológico. Es autor del *eBook*: “Tecnología y Mercadotecnia”, enfocado en analizar el enfoque de relaciones con clientes desde una mirada estratégica.

Syllabus – Parte 1

1. Estado del arte en la innovación mundial

- Innovación y creación de valor
- Índice Mundial de Innovación 2015
- El caso de América Latina
- México y sus oportunidades de innovación

2. Distinciones básicas de la Innovación actual

- Innovación *versus* Transformación
- Innovación Disruptiva
- Innovación Inversa o Frugal
- Innovación Abierta

3. Herramientas y técnicas para la gestión de la Innovación

- Administración del Conocimiento (KM)
- Administración de procesos (BPM)
- Administración de proyectos (PM)
- Diseño y desarrollo de productos
- Creación de empresas
- Creatividad
- Gestión de personas
- Inteligencia de Mercado

Syllabus – Parte 2

4. Estrategia de Innovación

- Modelos de negocios y la captura de valor económico en el mercado
- *Technology roadmap:* integración de tecnología, mercado y contexto empresarial/industrial

5. Gestión de la relación con clientes

- Distinción de enfoque estratégico
- Evaluación empresarial de la relación con clientes
- Metodología de implementación

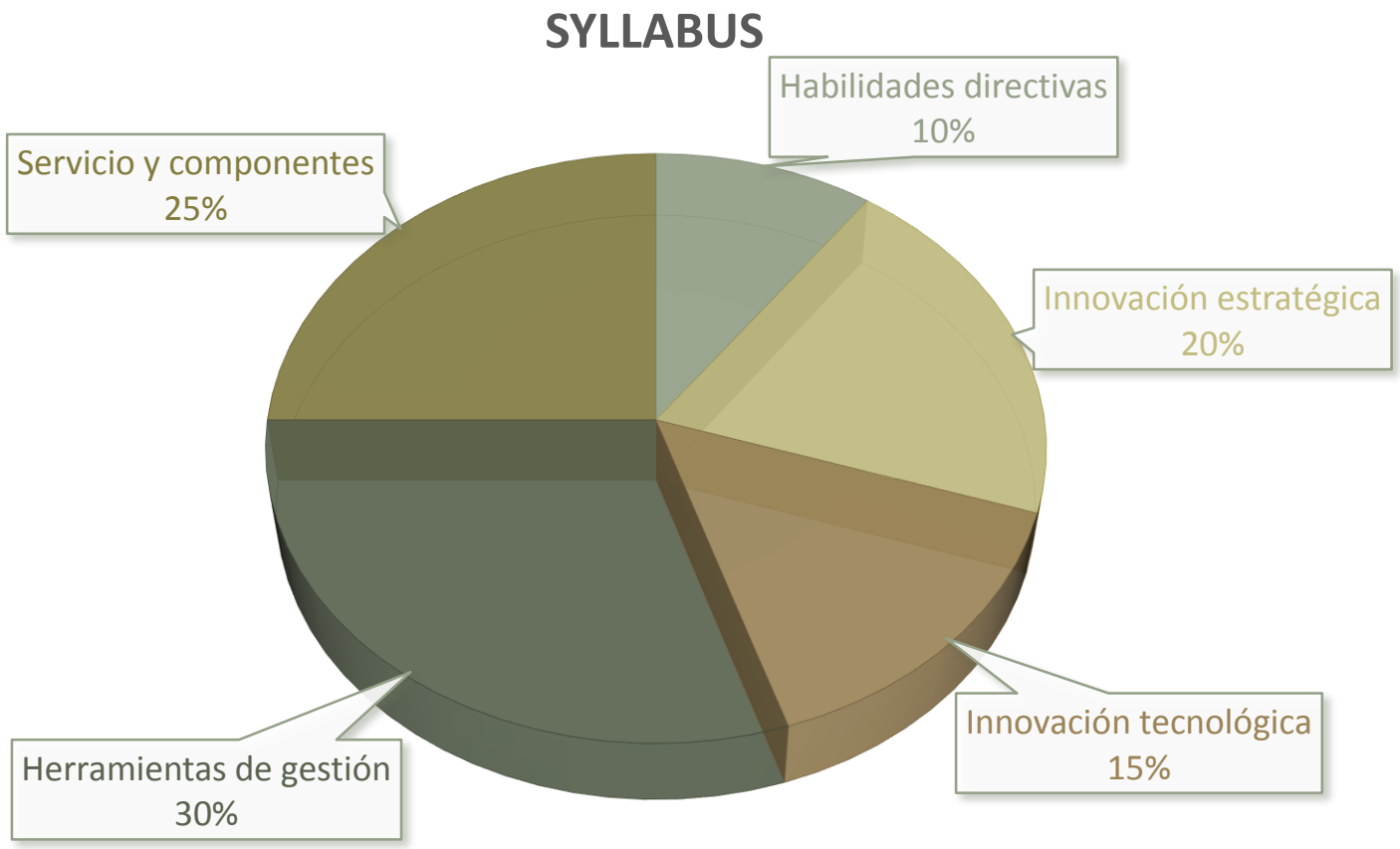
6. Desarrollo del Pensamiento Estratégico

- Herramientas

7. Ciclo del servicio

- El consumidor en el proceso de innovación
- Conformación del ciclo del servicio
- Metodologías para la evaluación del ciclo de servicio
- Integración de la estrategia y la tecnología en el ciclo de servicio

Orientación temática del curso



Esquema de evaluación

Se tomará en cuenta para conformar la calificación final del curso.

Evaluación formativa:

- Atención y participación valiosa en clase – 10%
- Cumplimiento con tareas y trabajos – 20%
- Participación en foros de discusión – 10%
- Análisis del caso asignado – 20%

Evaluación sumativa:

- Examen final del curso – 40%

Metodología de enseñanza y actividades de aprendizaje

- Los materiales y recursos didácticos serán puestos a disposición de los alumnos a través de una plataforma tecnológica, en la cual se publicarán tareas y se realizarán diversos foros de discusión (blog).
- Exposición del marco teórico que sustenta cada tema por parte de los maestros, ilustrando casos recientes del tema expuesto.
- Se resolverán casos en forma individual o en equipos, que serán discutidos en clase en relación con los conceptos vistos en clase.
- Realización de tareas individuales y grupales que refuercen el aprendizaje y fomenten la responsabilidad y disciplina de los alumnos, así como su capacidad de análisis y síntesis.
- Aplicación de todos los conceptos anteriores en un examen final; en el cual se fomentará la búsqueda y procesamiento de información, así como la competencia para concretar un proyecto de innovación en servicio, desde la idea hasta su materialización.

Bibliografía

Se utilizan lecturas de artículos de revistas como el HBR, SMR, CMR y casos del Harvard Business Online.

Libros y otras lecturas diversas:
Compendio de artículos, casos y otras lecturas seleccionados por los profesores.

- Krogerus M., Tschappeler, R. “The Decision Book. Fifty Models for Strategic Thinking”. Profile Books, 2011
- "The Management of Technological Innovation: Strategy and Practice". Dodgson, Mark; Gann, David; Salter, Ammon; 2008; ISBN 978-0-19-920853-1 *(libro electrónico en Millenium)*
- *Libros de consulta:*
  - "Think, Play, Do: Technology, Innovation and Organization", Dogson, Mark; Gann, David; Salter, Ammon, 2005, ISBN 0-19-926809-6
  - "Seeing What`s Next: Using Theories of Innovation to Predict Industry Change", Christensen, Clayton; Roth, Erik; Anthony Scott; 2004, ISBN 1-59139-185-7

Fechas importantes del curso

- Días de impartición: **Lunes y jueves**
- Horario: **18:30 a 22:00hrs.**
- Fecha de inicio: **27 de julio, 2015**
- Última sesión: **31 de agosto, 2015**
- Número de sesiones de clase: **11**
- Sesión para examen final: **3 de agosto, 2015**
- Horas totales presenciales: **42**