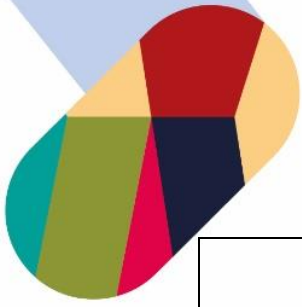




## ESTRATEGIAS EMPRESARIALES DE LA INNOVACIÓN

<b>INTRODUCCIÓN GENERAL:</b>	<p>Hoy en día las organizaciones en sus diversos tipos buscan la mejora de sus procesos productivos que les lleve a incluir un valor agregado a sus productos y/o servicios. Tradicionalmente las empresas se han pensado con una lógica que obedece únicamente a criterios de competencia lo cual ha traído muchas ventajas en un mundo precisamente descrito como un entorno o contexto de competencia. No obstante, es la propia realidad actual la que está imponiendo un cambio en esta lógica empresarial siendo ahora la innovación el discurso y campo estratégico de acción principal que las empresas de mayor éxito están empleando.</p> <p>Por lo antes dicho, el curso de Estrategias Empresariales y de Innovación aborda las estrategias de innovación desde dos perspectivas, por un lado se analizan estrategias basadas en la competencia y la obtención de mayores cuotas de mercado a expensas de reducir la participación de los competidores, por otro se bordan estrategias basadas en la generación de nueva demanda y la creación de nuevos mercados con altos niveles de crecimiento y beneficios, lo cual se conoce como estrategia del océano azul. Así mismo se analizan algunos aspectos que se deben considerar para lograr la implementación de una estrategia de innovación de manera exitosa. Sin más de momento, esperamos tu paso por este curso sea un viaje de conocimientos y absorción de nuevas experiencias.</p>
<b>UNIDAD 1: La estrategia empresarial en una organización</b>	
<b>OBJETIVO:</b>	Analizar el papel e importancia de la estrategia empresarial dentro de una organización y su relación con la innovación.
<b>CONTENIDO:</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ¿Qué es?, ¿cómo se realiza y para qué sirve una estrategia empresarial?</li><li>2. Las cinco fuerzas que moldean la estrategia competitiva:<ol style="list-style-type: none"><li>a. Competidores</li><li>b. Clientes</li><li>c. Proveedores</li><li>d. Sustitutos</li></ol></li></ol>



	e. Ingreso de nuevos competidores (barreras de entrada) 3. El análisis de las fuerzas de la competencia en una organización.
<b>UNIDAD 2:</b> De la estrategia basada en competencia a la estrategia basada en innovación	
<b>OBJETIVO:</b>	Reconocer los elementos de la estrategia basada en Innovación en una organización como factor potenciador de su éxito.
<b>CONTENIDO:</b>	1. Estrategia basada en competencia vs estrategia basada en innovación. 2. La estrategia del océano azul a. Concepto b. Premisas 3. ¿Por qué mejor innovar en lugar de competir en una organización?
<b>UNIDAD 3:</b> ¿Cómo se crea una estrategia basada en Innovación?	
<b>OBJETIVO:</b>	Proponer una estrategia de innovación en una organización.
<b>CONTENIDO:</b>	1. El proceso de creación de una estrategia de innovación. 2. ¿Cómo crear valor? a. Innovación rutinaria b. Innovación disruptiva c. Innovación radical d. Innovación arquitectónica 3. Beneficios y asignación de recursos para la innovación 4. Liderazgo en la implementación de la estrategia de innovación
<b>PRODUCTO INTEGRADOR:</b> Una propuesta de estrategia empresarial y de innovación para una organización	
<b>OBJETIVO:</b>	Proponer una estrategia empresarial y de innovación en una organización para generar en ella beneficios reales y sostenibilidad.