



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

PROGRAMA DEL CURSO

DN-0111 Gestión de la innovación y estrategia competitiva



La Escuela de Administración de Negocios

Fundada en 1943, es una de las Escuelas con mayor trayectoria en Costa Rica y Centroamérica en la formación de profesionales de alto nivel en las carreras de Dirección de Empresas y Contaduría Pública. Cuenta con un equipo docente altamente capacitado, así como un curriculum actualizado según las necesidades y cambios actuales del mercado. Actualmente ambas carreras se encuentran acreditadas por el SINAES en la Sede Rodrigo Facio.

Misión

Promover la formación humanista y profesional en el área de los negocios, con ética y responsabilidad social, excelencia académica y capacidad de gestión global, mediante la docencia, la investigación y la acción social, para generar los líderes y los cambios que demanda el desarrollo del país.

Visión

Ser líderes universitarios en la formación humanista y el desarrollo profesional en la gestión integral de los negocios, para obtener las transformaciones que la sociedad globalizada necesita para el logro del bien común.

Valores Humanistas

Ética Tolerancia Solidaridad
Perseverancia Alegría

Valores Empresariales

Innovación Liderazgo Excelencia
Trabajo en equipo Emprendedurismo
Responsabilidad Social

Una larga trayectoria de excelencia...



2511-9180 / 2511-9188



www.ean.ucr.ac.cr



negocios@ucr.ac.cr



[/eanucr](https://www.facebook.com/eanucr)



DN-0111
Gestión de la innovación y estrategia competitiva
II CICLO 2019

DATOS DEL CURSO					
Carrera (s):	Dirección de Empresas				
Curso del VII Ciclo.					
Requisitos:	DN -0106 Gestión del talento humano / DN-0203 Gerencia de recursos humanos				
Correquisitos	DN-0423 Investigación de mercados				
Créditos	3				
Horas de teoría:	2 horas	Horas de laboratorio:	0 horas	Horas de práctica:	1 horas

PROFESORES DEL CURSO				
SEDE RODRIGO FACIO				
GR	Docente	Horario	Aula	Horario de Atención*
01	Máster Rafael Herrera González	K: 7:00 a 9:50	043 CE	K: 10 a 11:50
02	Dr. Carlos Sandoval Álvarez (Coordinador)	K: 16:00 a 18:50	115 CE	K: 14 a 15:50
03	M.B.A. Erick Molina Delgado	K: 19:00 a 21:50	209 AU	K: 17 a 18:50
04	M.B.A. Roy Campos Retana	K: 19:00 a 21:50	211 AU	K: 17 a 18:50
RECINTO PARAÍSO				
01	M.B.A. Tatiana Cascante Rojas	K: 13:00 a 15:50	---	K: 16 a 17:50
SEDE OCCIDENTE				
01	M.Sc. Vivian Murillo Méndez	J 13:00 a 15:50	---	J: 10 a 12:00
SEDE GUANACASTE				
01	Dr. Fernando Gutiérrez Coto	L: 9:00 a 11:50		L: 8 a 9 y de 13 a 13.50
SEDE CARIBE				
01	Lic. Miguel Chavarría Chaves	L:17:00 a 19:50	---	Por definir
SEDE PACÍFICO				
01	Lic. Héctor Trejos Benavides	K: 17:00 a 19:50	---	Por definir

*A solicitud del estudiante, el profesor podrá atender consultas según la hora, lugar y día acordado para cada caso particular, dentro del marco de la normativa de la Universidad de Costa Rica.



I. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

I. Descripción del curso:

Hoy en día las empresas se enfrentan de manera constante a cambios, la globalización de los negocios y la economía, las facilidades de la interconexión para los negocios, las exigencias ambientales y de responsabilidad social, las tendencias y exigencias de los clientes, y la firma de tratados de libre comercio, las obliga a buscar estrategias para mantener su posición competitiva en el mercado. Una de las estrategias que más utilizan las empresas en el contexto de los países desarrollados, son las de diferenciación constante, la cual se logra por medio de la innovación y la agregación de valor.

Para entender la innovación, partimos de la definición del Manual de Innovación de Oslo que dice así: *“Son aquellos proyectos o productos con características innovadoras que presenten o mejoren un proceso, producto o servicio que es apreciado por el mercado”*. Los y las estudiantes conocerán con detalle los principales tipos de innovación. También se profundizará en los criterios o pasos para la creación de un modelo de gestión de la innovación en una empresa: elaboración de la estrategia; cultura de innovación, gestión de ideas de innovación; vigilancia tecnológica y las etapas de implementación de la innovación (incluyendo: financiación; evaluación, indicadores de control, protección del capital intelectual y gestión del conocimiento).

Los estudiantes deben conocer e interiorizar las diferentes formas de entender la innovación, y cómo ésta puede convertirse en un eje esencial de competitividad y sostenibilidad. A su vez podrán saber cómo aplicar metodologías para el diagnóstico e implementación modelos de gestión de la innovación en una empresa. Este curso pretende estimular al estudiante a tomar decisiones en la gestión estratégica en general y estimular la creatividad y el uso de técnicas de gestión de la innovación.

Este curso los y las estudiantes deben desarrollar una estrategia de gestión de innovación para una empresa real. Este proyecto se desarrollará de forma cooperativa en equipos de trabajo y bajo la supervisión de la persona docente del curso. Con ello se pretende simular la experiencia que deberá enfrentar un gerente al formular una estrategia de innovación y gestionar un proceso de innovación.

Además de preparar a los estudiantes en las áreas técnicas que este curso ofrece, se busca que la persona profesional de Dirección de Empresas sea alguien emprendedor, que sepa trabajar en equipo y comunicarse de forma asertiva. Además, se espera que posea sentido de la ética, de responsabilidad social, y que tome decisiones basadas en valores de esta Escuela promueve. Por tanto, la población estudiantil debe dirigir su actuar durante el curso acorde con dichos valores y competencias, y aplicarlos en el desarrollo del curso.



II. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer las capacidades para la gestión estratégica de la innovación, mediante el conocimiento y puesta en práctica de modelos para la gestión de la innovación en los diferentes componentes empresariales y en un entorno competitivo y globalizado.

III. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar con el estudiantado las características del proceso estratégico y diferentes tipos de estrategias.
2. Identificar las capacidades y recursos estratégicos, las ventajas competitivas y la posición estratégica de una empresa desde el análisis interno y de su entorno.
3. Analizar la relevancia de la innovación en el diseño y posicionamiento de la estrategia empresarial.
4. Familiarizar a la población estudiantil con los conceptos de innovación, gestión de la innovación, en el quehacer de los negocios.
5. Realizar un diagnóstico de la situación de la empresa en relación con la innovación.
6. Aprender cómo desarrollar un plan de gestión de la innovación aplicada a una empresa.
7. Conocer diferentes experiencias exitosas sobre gestión de innovación en empresas.
8. Integrar la ética y la responsabilidad social en el análisis del contenido programático del curso, y profundizar en el diálogo y la reflexión sobre los valores de solidaridad, tolerancia y perseverancia, la comunicación asertiva y trabajo en equipo.
9. Fortalecer en el estudiantado la lectura en inglés.

IV. CONTENIDO PROGRAMÁTICO

TEMA 1- El proceso estratégico.

- Concepto de procesos estratégico. Formular, ejecutar y evaluar una estrategia.
- Evaluación del ambiente externo de una empresa.
- Evaluar los recursos, capacidades y competitividad de la empresa
- Tipos de estrategias competitivas. Diferenciación, y sus derivados.
- El mapa de la estrategia.

TEMA 2- La innovación. Concepto y tipología

- Concepto de innovación
- Tipos de innovación (según la naturaleza, el grado de novedad o su impacto económico).
- La adopción de una innovación. Barreras para la adopción
- Facilitadores de la innovación: La creatividad y fomento de una cultura de innovación)
- La innovación abierta.





TEMA 3- Estrategia y Gestión de la innovación.

- Diagnóstico y análisis de situación de la innovación en la empresa.
- La identificación y priorización de ideas de innovación
- Herramientas que fomentan la generación de ideas: calidad y cantidad de las ideas
- Estrategia de innovación y la gestión de proyectos innovación.
- Recursos y organización para la innovación.
- La Financiación de la innovación.
- El Aseguramiento y protección de la Innovación.
- Vigilancia tecnológica, Benchmarking e Inteligencia Competitiva Aprendizaje

TEMA 4-La implementación de la estrategia de innovación.

- La organización interna para la ejecución de la estrategia
- Los planes de acción derivados de ejecución de la estrategia
- Gestión del conocimiento
- El control estratégico de la innovación e indicadores de control.

A través de los siguientes componentes de la evaluación, en lo que resulte pertinente en cada uno de los temas, se integrarán aspectos sobre ética, responsabilidad social y emprendedurismo. También se tomará en consideración la aplicación de los valores y competencias referidos en la descripción del curso.

V. ASPECTOS METODOLÓGICOS

- a. El personal docente y la población estudiantil desarrollarán las clases dentro de un ambiente de tolerancia, respeto y comunicación asertiva. El profesorado promoverá el trabajo en equipo, en un plano de igualdad de oportunidades y sin discriminación de ninguna especie de forma tal que se garantice un ambiente de diálogo y libre expresión de las ideas y opiniones.
- b. El curso se imparte bajo la modalidad de clases participativas, en que la o el estudiante es una persona PROACTIVA. Adicionalmente a las clases magistrales, se promueve la participación de los estudiantes, el uso de videos, análisis de casos, y actividades con empresas para conocer sus actividades en gestión de innovación. Las clases serán ampliamente participativas, creativas e innovadoras. Se fomenta la metodología de “aprender haciendo.
- c. Para este curso se usará la plataforma Mediación Virtual a efecto de facilitar materiales, presentaciones, entregas de trabajos, foros y tareas. También se podrá utilizar una plataforma virtual equivalente a consideración del profesor.

Objetivos de los aspectos metodológicos

- a. Fomentar el aprendizaje colaborativo
- b. Fortalecer el trabajo en equipo
- c. Fomentar la cultura la innovación
- d. Promover el aprender haciendo



- e. Conocer y analizar experiencias reales de gestión de la innovación.
- f. Promover el uso de instrumentos de investigación.

Objetivos de las competencias Éticas

- a. Fomentar el respeto entre los compañeros, en la relación profesor-estudiante y demás miembros de la comunidad universitaria.
- b. Fortalecer la responsabilidad en el cumplimiento de tareas y compromisos.
- c. Promover sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social.

1. Trabajo práctico grupal:

Los estudiantes conformarán equipos de trabajo para aplicar las etapas del proceso de gestión estratégica de la innovación en una empresa real, conforme se vayan estudiando estas etapas de este proceso durante el curso. Todos los equipos de estudiantes deberán presentar avances periódicos para que el docente pueda retroalimentarles.

Este trabajo abarca desde los diagnósticos generales respectivos hasta la(s) propuesta(s) de innovación que fortalezcan la competitividad de la empresa escogida.

Formato de entrega: El docente indicará el formato de presentación de los avances: ya sea entrega digital (en “word” o “pdf”), impresa, una presentación ante la clase, u otras.

2. Tareas periódicas y exposiciones en clase:

Cada estudiante tiene que estar preparado para participar activamente de las discusiones, con análisis significativo y argumentos bien elaborados para sostener sus posiciones.

El docente contará con una diversidad amplia de didácticas con las que logre involucrar al estudiante en la construcción del proceso de aprendizaje tanto dentro de la clase como fuera:

- a. Reporte escrito del “Foro – Mentas Brillantes”. Nota (1)
- b. Asignar noticias y lecturas en grupo para su análisis previo a las lecciones y exposición en clase,
- c. Casos empresariales de estudio.
- d. Preparación previa –por parte del estudiante- de lecturas sobre temas pertinentes a las lecciones de cada semana.
- e. Recolección de datos ilustrativos para los temas de cada lección
- f. U otras didácticas innovadoras y pertinentes a los objetivos de este curso.

NOTA (1):

El “Foro – Mentas brillantes” son actividades en las que expositores externos brindan una charla a todos los grupos de la Cátedra, por lo que se realiza fuera de las aulas, en uno de los auditorios de la Universidad. El trasfondo de estas charlas es el tema de la “Innovación estratégica” y la





“Gestión de la Innovación Estratégica”, “Propiedad Intelectual” y otras para apoyar el proceso de elaboración del trabajo final de los estudiantes.

3. Exámenes cortos:

Según el avance del curso, la participación de los estudiantes, el resultado de las diversas didácticas aplicadas, u otras variables del proceso de aprendizaje, el docente debe aplicar exámenes cortos con los cuáles identificar el nivel de avance del proceso de aprendizaje, y así aplicar los ajustes oportunos que corresponda.

Los Exámenes de reposición se registrarán según el Art.24 del Reglamento Académico

El examen de ampliación evaluará todo el contenido del curso. No se repetirán exámenes cortos a excepción de casos totalmente justificados. Las tareas deben ser entregadas en la fecha establecida, no se recibirán posteriormente a esa fecha.

4. Participación:

La participación en clase no consiste en la pasiva asistencia a clase y escuchar la discusión. La participación se evaluará considerando la asistencia a clases y la consideración de los aportes que haga el estudiante a la reflexión de los temas y casos que se vean en clase. Se le dará especial énfasis en la participación activa de los estudiantes ante las exposiciones de trabajos de los demás estudiantes durante el curso.

NOTA:

Para la evaluación de las exposiciones, participación en clase, análisis de casos y demás actividades en grupo o individuales, se tomará en cuenta:

- Identificación de problemas centrales o aspectos estratégicos.
- Uso apropiado de herramientas de análisis. Se requerirá el uso de herramientas que hayan sido estudiadas en el transcurso de la carrera.
- Conocimiento, profundidad y amplitud en el análisis y capacidad de síntesis.
- Presentación de recomendaciones de acción realista y debidamente soportada.
- Uso adecuado del tiempo y de habilidades de comunicación. Errores ortografía redundarán en una reducción de la nota obtenida.
- Evidencia de una adecuada preparación.

Conferencias de Apoyo

Se tendrá el siguiente calendario de conferencias:

Cuadro de conferencias “Mentes Brillantes”

Conferencias	Fechas	Organiza grupo
Gestión de la innovación en empresas, Sesión 1	17.09.2019	profesores de la Cátedra
Gestión de la innovación en empresas, Sesión 2	22.10.2019	profesores de la Cátedra





VI. SISTEMA DE EVALUACIÓN

RUBRO	%
Trabajo práctico grupal	25%
Presentación del trabajo práctico grupal	10%
Tareas y otros trabajos periódicos	20%
Exámenes cortos	30%
Participación en clase	15%
NOTA	100%

Rubro	Contenido	Fecha
Trabajo práctico Grupal y presentación oral	Los estudiantes organizados en grupos de trabajo, elaboran un diagnóstico y un plan de gestión de la innovación en una empresa.	19 de noviembre 2019
Tareas y otros trabajos periódicos	Análisis de noticias y lecturas, casos empresariales de estudio, preparación de temas oportunos,	Durante todo el curso
Exámenes cortos (5 exámenes cortos)	Temas del 1 al 5	Las que se indican en el cronograma (sección VII)
Participación en clase	Se considera la participación activa de los estudiantes en las sesiones de todas las semanas. Prácticas individuales en empresas y demás didácticas innovadoras	Todas las clases

VII. CRONOGRAMA

SEMANA	FECHA	TEMA	MATERIALES Y ACTIVIDADES
I	13 de agosto	<p>Tema 1: El proceso estratégico. Introducción</p> <p>Se explica en detalle el programa del curso y la importancia de que él o la estudiante investiguen y participe activamente en las actividades de su grupo de trabajo. Se les recuerda a las y los estudiantes su responsabilidad de estudiar el material asignado para cada clase. Se hace entrega al grupo del programa respectivo. Se da información para la conformación de los grupos de trabajo.</p> <p>El profesor inicia el tema del proceso estratégico.</p> <ul style="list-style-type: none"> Aspectos a considerar para la elaboración del trabajo sobre el sector al que pertenece la empresa. Concepto de procesos estratégico. Formular, ejecutar y evaluar una estrategia. El profesor asigna la lectura 1 para exponer por un grupo en la siguiente clase. (ver *) 	<p>-programa del curso -Cap. 1 y 2 del libro base.</p> <p>-* Qué es estrategia, de Michael Porter. (o lectura complementaria que indique el docente</p>



SEMANA	FECHA	TEMA	MATERIALES Y ACTIVIDADES
II	20 de agosto	<p>Tema 1: El proceso estratégico. Se analizan los aspectos relacionados con</p> <p>Se analizan los aspectos relacionados con:</p> <ul style="list-style-type: none"> Proyectar la dirección de una compañía: visión, misión, objetivos y estrategia. Evaluación del ambiente externo de una empresa. Definición de empresas donde se realizará el trabajo final de cada grupo. <p>Exposición de lectura 1</p>	<p>-Cap.3 del libro base.</p> <p>-Material complementario que indique el docente</p>
III	27 de agosto	<p>Tema 1: El proceso estratégico. Se analizan los aspectos relacionados con:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tipos de estrategias competitivas. Estrategia de diferenciación, y sus derivados. El mapa de la estrategia. Elaboración del mapa estratégico de la empresa. Entrega del perfil básico de la empresa donde se realizará el trabajo grupal. Asignación de lectura para exponer por un grupo en clase. El profesor asigna la tema 2 para exponer por un grupo en la siguiente clase. (ver *) 	<p>*Lecturas: "Innovation What its and Why it Matters" ó "Innovación abierta" de H. Chesbrough</p> <p>U otra similar que indique el docente.</p>
IV	3 de setiembre	<p>Tema 2: La innovación. Concepto y tipología.</p> <ul style="list-style-type: none"> Concepto de la innovación. Tipos de innovación (naturaleza, grado de novedad e impacto económico). Exposición por parte de un grupo de clase de lectura sugerida. La adopción de la Innovación: barreras a la innovación Diagnóstico y análisis de situación de la innovación en la empresa. Se explica la metodología para hacer el autodiagnóstico de innovación en la empresa. (ver Guía práctica de innovación para pymes") Exposición 2 El profesor asigna tema 3 para exponer e investigar por un grupo en la siguiente clase. (ver *) <p>(*) Examen corto No. 1 Abarca lo visto en las secciones I a III</p>	<p>-Material sugerido como complemento clase: Video: "Que es innovación"</p> <p>-Complemento con material que indique el docente</p> <p>* Temas de exposición: (Design sprint, Design, Thinking, Analogías Fraccionales u otro afín que indique el docente</p>
V	10 de setiembre	<p>Presentación de grupos de trabajo. Análisis del sector al que pertenece la empresa.</p> <p>Tema 2: La innovación. Concepto y tipología.</p> <ul style="list-style-type: none"> Creatividad, factores que propician la creatividad Relación creatividad / Innovación La identificación y priorización de ideas de innovación. Práctica sobre identificación de priorización de ideas: (pensamiento convergente y divergente, scamper) Exposición 3 por parte de un grupo El profesor asigna lectura o tema 4 para exponer por un grupo en la siguiente en semana VII. (ver *) 	<p>(*) tema -"cómo crear una cultura que funcione" ó "You need innovation strategy" U otra afín que el docente indique</p>



SEMANA	FECHA	TEMA	MATERIALES Y ACTIVIDADES
VI	17 de setiembre	Mentes Brillantes. Charla de Cátedra: Presentación de representantes de empresas que han implementado procesos estratégicos de innovación. Auditorio, por confirmar.	
VII	24 de setiembre	Tema 3: Estrategia y gestión de la innovación. <ul style="list-style-type: none"> Estrategia de Innovación. El proceso y gestión de la innovación. Fomento de la cultura, la creatividad y la innovación. Exposición de lectura 4 	-La gestión de la innovación en 8 pasos". Gob de Navarra. -Otro material afín o pertinente.
VIII	1 de octubre	Tema 3: Estrategia y gestión de la innovación. <ul style="list-style-type: none"> Presentación de los autodiagnósticos de innovación por parte de todos los grupos Recursos y organización para la innovación <p>(*) Examen corto No 2. Abarca los temas visto en clase y lecturas de las sesiones IV a VII.</p>	
IX	8 de octubre	Tema 3: Estrategia y gestión de la Innovación <ul style="list-style-type: none"> Recursos y organización para la innovación (continuación clase anterior). Vigilancia tecnológica, Benchmarking e Inteligencia Competitiva. Práctica de Vigilancia tecnológica El profesor asigna un tema 5 a dos grupos para exponer en la siguiente clase sobre un tema relacionado derechos de propiedad Intelectual. (ver *) 	- Guía práctica InnoviTech. Vigilancia tecnológica para la innovación.) Material a fin a criterio del docente (* temas:: derechos de autor, diseño industrial, Indicación geográfica de origen, marca, otro a criterio del docente.
X	15 de octubre	Tema 4: Estrategia y gestión de la Innovación <ul style="list-style-type: none"> El Aseguramiento y protección de la Innovación Exposiciones de tema 5 por parte de dos grupos La Financiación de la Innovación El profesor asigna dos casos a cada grupo sobre experiencias de protección intelectual, para exponer en el Taller de la Sesión XI. (En https://www.iprhelphdesk.eu/library/case-studies) 	-Mecanismos de financiamiento en Costa Rica y América Latina para proyectos innovadores.
XI	22 de octubre	Taller de Análisis de casos y experiencias de propiedad intelectual. Exposición de los grupos de los casos asignados, sobre diferentes experiencias de empresas en las modalidades de propiedad intelectual (exposiciones de tema 5 asignado)	-Análisis de casos de propiedad intelectual.
XII	29 de octubre	Mentes Brillantes. Charla de Cátedra. Presentación de representantes de empresas que han implementado procesos estratégicos de innovación. Auditorio, por confirmar.	





SEMANA	FECHA	TEMA	MATERIALES Y ACTIVIDADES
XIII	5 de noviembre	<p>Tema 4: Estrategia y gestión de la Innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> Aprendizaje y gestión del conocimiento. El control estratégico de la innovación, indicadores y cuadro de mando integral. Práctica de Elaboración de indicadores de evaluación de las actividades de innovación. Poner capítulo del libro. Sobre indicadores <p>(*) Examen corto 3 “Abarca los temas vistos en clase y lecturas de las sesiones VIII a XII.</p>	
XIV	12 de noviembre	<p>TEMA 4-La implementación de la estrategia de innovación.</p> <ul style="list-style-type: none"> La organización interna para la ejecución de la estrategia Los planes de acción derivados de la estrategia. 	
XV	19 de noviembre	Entrega del trabajo final escrito y Exposiciones de trabajo final.	
XVI	26 de noviembre	AMPLIACIÓN	
XVI	3 de diciembre	ENTREGA DE NOTAS	

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía principal:

- Libro Base:** Antología de tres libros. Create, de la Editorial Macgraw Hill.
 - Thompson A, Strickland A, Gamble, J., (2015). Administración Estratégica: Textos y Casos 19ª. Edición. . McGraw Hill Interamericana. Capítulo 1 a 5
 - Melissa A. Schilling (2008). Dirección estratégica de la innovación tecnológica, Madrid, McGraw-Hill, 2ª ed. Varios capítulos.
 - Gupta, Paveen and Trusko, Brett (2014). Global Innovation Science Handbook. Publisher: McGraw-Hill Education. Copyright / Pub. Date: McGraw-Hill Education. ISBN: 9780071792707. Tres capítulos.
- Centro Europeo de Empresas e Innovación (2007). Manual de Innovación: Guía práctica de gestión de la I+D+i para Pymes. España.

Bibliografía complementaria:

Bessant and Tidd (2013). “Innovation – What its and Why it Matters-. In Book, Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change, 5th Edition. Wiley.

CEM (2010). GUÍA PRÁCTICA DE INNOVACIÓN PARA PYMES. Malaga, España. Impreso en Gráficas Urania.

Chesbrough, Henry “Innovación abierta. Innovar con éxito en el siglo XXI. <http://www.postgradouchile.cl/iss2016/espana/material/bbvaopenmind.pdf>

Fundación Cotec (2001). Innovación Tecnológica. Ideas Básicas. Madrid, España. ISBN: 84-95336-17-0.

González, Adel y Gómez, Dorelly (2015).Guía Práctica InnoViTech de vigilancia tecnológica para la innovación. Rionegro- Antioquia, Colombia.





- Hamel, Gary (1996). Estrategia como revolución. Harvard Business Review, July-August 1996. <https://se7a85824ef05a574.jimcontent.com/.../Estrategia%20como%20revolución.pdf>
- Kaplan, Soren (2017). Si quiere empleados innovadores, hágalos vivir experiencias innovadoras. Trad. Teresa Woods 21.02.2017. <https://www.hbr.es/innovaci-n/449/si-quiere-empleados-innovadores-h-gales-vivir-experiencias-innovadoras>
- McDonald, R., Raynor, M. and Christensen, Clayton (2017). ¿Qué es la innovación disruptiva? trad. Teresa Woods. <https://www.hbr.es/innovaci-n-disruptiva/443/qu-es-la-innovaci-n-disruptiva>. Este artículo apareció en la edición de diciembre de 2015 (pp.44–53) de Harvard Business Review.
- MICITT Método scamper. Cómo generar ideas. https://www.innovacion.cr/sites/default/files/article/adjuntos/herramientas_practicas_para_innovacion_1.0_scamper_1.pdf
- OMPI (. ¿Qué es la Propiedad Intelectual?. Publicación de la OMPI N° 450(S). Ginebra, Suiza. ISBN 978-92-805-1157-4. http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf
- Parmar, R., Mackenzie, I., Cohn, D. and Gann, D. (2014). The New Patterns of Innovation. Harvard Business Review, from the January-February 2014 issue. https://www.vmware.com/ciovantage/wp-content/uploads/2015/04/HBR_New-Patterns-of-Innovation.pdf
- Pisano, Gary (2015). You Need an Innovation Strategy. Harvard Business Review, from the June 2015 issue.
- Porter, Michael (2011). Que es estrategia. Harvard Business Review | Diciembre 2011 | hbral.com- Publicación original: noviembre - diciembre de 1996. <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-03/Unidad1/ESTRATEGIA%20PORTER%202011.pdf>
- Prego, Juan (2014). Cómo crear una cultura de innovación que funcione. Harvard Deusto Business Review, No. 239.
- Scott Anthony, Matt Eyring, and Lib Gibson (2006). Mapping Your Innovation Strategy. Harvard Business Review, from the May 2006 issue.
- Zott, Christoph and Amit, Raphael (2009). Innovación del modelo de negocio: creación de valor en tiempos de cambio. Universia Business Review. Tercer TRIMESTRE 2009 | ISSN: 1698-5117. <https://ubr.universia.net/article/view/709/innovacion-modelo-negocio-creacion-valor-tiempos-cambio>.

IX. INFORMACIÓN DE CONTACTO DE LOS PROFESORES

SEDE RODRIGO FACIO

GR	Docente	Correo
01	Máster Rafael Herrera González	rherrera.ean@gmail.com
02	Dr. Carlos Sandoval Alvarez	carlos.sandovalalvarez@ucr.ac.cr
03	M.B.A Erick Molina Delgado	erickmolinadelgado@hotmail.com
04	M.B.A. Roy Campos	roy.campos.retana@icloud.com

SEDE PARAÍSO

01	MBA. Tatiana Cascante Rojas	tatycascante@gmail.com
----	-----------------------------	--

SEDE CARIBE

01	Lic. Miguel Chavarría Chaves	miguel.chavarriachaves@ucr.ac.cr
----	------------------------------	--

SEDE PACÍFICO

01	Máster. Héctor Trejos Benavides	hectortrejos@outlook.com
----	---------------------------------	--

SEDE OCCIDENTE

01	M Sc. Vivian Murillo Méndez	vivianm.murillo@gmail.com
----	-----------------------------	--

SEDE GUANACASTE

01	Dr. Fernando Gutiérrez Coto	fdogutz@yahoo.com
----	-----------------------------	--

