



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

PROGRAMA DEL CURSO



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-0406
Práctica Integrativa de Gerencia General y Toma de Decisiones
II CICLO 2018

DATOS DEL CURSO					
Carrera (s):	Dirección de Empresas				
Curso del VII Ciclo.					
Requisitos:	Empresariedad e Innovación. DN-0405				
Correquisitos					
Créditos	4				
Horas de teoría:	2 horas	Horas de laboratorio:	0 horas	Horas de práctica:	2 horas

PROFESORES DEL CURSO				
SEDE RODRIGO FACIO				
GR	Docente	Horario	Aula	Horario de Atención*
01	Máster Rafael Herrera González (Coordinador)	K: 07 a 10:50	118 CE	K: 11am a 12 md. L: 11:00 am a 12:00 md
02	Máster Ariela Quesada	K: 07 a 10:50	124 CE	K: 11 am a 1 pm
03	Máster Rafael Herrera González	K: 13 a 16:50	124 CE	L: 2:00 a 4 pm
04	M.B.A. Erick Molina Delgado	K: 17 a 20:50	202 AU	K: 16:00pm a 17:00pm K: 21:00pm a 22:00pm
05	M.B.A. Roy Campos	K: 17 a 20:50	203 AU	K: 15:00 pm. a 17:00 pm
RECINTO GUÁPILES				
31	Lic. Juan José Castro Palma	J:17:00 a 20:50	---	J: 15:00 pm a 17:00 pm
RECINTO PARAÍSO				
01	MBA Shirley Gómez Leiva	K: 13:00 a 16:50	---	K: 17:00 p.m. a 19:00 p.m
SEDE CARIBE				
01	Lic. Miguel Ángel Chavarría Chaves	M: 17:00 a 20:50	---	Por definir
SEDE GUANACASTE				
01	Dr. Jorge Alvarado Bourivant	J: 13:00 a 16:50	---	Por definir
02	Dr. Jorge Alvarado Bourivant	K: 13:00 a 16:50	---	Por definir
SEDE PACÍFICO				
02	Lic. Héctor Trejos Benavides	K:17:00 a 20:50	---	Por definir
SEDE OCCIDENTE				
01	M.B.A. Jeannette Morales	K 17:00. a 20:50	---	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 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. No obstante, los y las estudiantes conocerán con más detalle las principales características y tipos de innovación. También se profundiza en los pasos para la creación de un modelo de gestión de la innovación en la empresa: elaboración de la estrategia; cultura, creatividad e innovación; vigilancia tecnológica; gestión de proyectos; financiación; protección del capital intelectual (propiedad intelectual), implementación de la innovación y su evaluación, y; gestión del conocimiento.

Los estudiantes deben conocer e interiorizar las diferentes formas de entender la innovación, y cómo esta puede convertirse en un eje esencial de competitividad y sostenibilidad. Así como aplicar metodologías para el diagnóstico, implementación de estrategias y modelos de gestión de la innovación. El curso pretende estimular al estudiante a tomar decisiones, en la gestión estratégica en general y con especial énfasis en la gestión de la innovación.

El propósito de este curso es desarrollar una propuesta de mejora en el tema innovación en una empresa. Este proyecto se desarrollará de forma cooperativa en equipos de trabajo, bajo la supervisión de la persona docente del curso y pretende simular la experiencia que deberá enfrentar un gerente al formular una estrategia de innovación.

Se busca que la persona profesional de Dirección de Empresas sea además de una persona preparada en las áreas técnicas de este curso, alguien emprendedor, con sentido de la ética y la responsabilidad social, que se desempeñe y tome decisiones tomando en cuenta valores como la solidaridad, la tolerancia y la perseverancia, y destrezas tales como la comunicación asertiva y el trabajo en equipo. La población estudiantil debe dirigir su actuar durante el curso acorde con dichos valores y competencias, y aplicarlos en su desarrollo del curso.

II. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer las capacidades para la gestión estratégica de la innovación, mediante el conocimiento y puesta en práctica de 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 así como las Ventajas Competitivas y la posición estratégica de una empresa desde el análisis de su interno y su externo.
3. Analizar la relevancia de la innovación y su gestión 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 a desarrollar una propuesta de mejora (proyecto) 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, así como sobre la importancia de desarrollar y aplicar las competencias de comunicación asertiva y trabajo en equipo.

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. Estrategia de diferenciación, y sus derivados.
- El cuadro de Mando integral como instrumento de evaluación y aprendizaje.

TEMA 2- La innovación. Concepto y tipología

- Concepto de la innovación
- Tipos de innovación (naturaleza, grado de novedad e impacto económico).
- El proceso de innovación y sistemas de innovación.
- Innovación abierta y co-creación.

TEMA 3- Estrategia y Gestión de la innovación.

- Estrategia de Innovación.
- Fomento de la cultura, la creatividad y la innovación Diagnóstico y análisis de situación de la innovación en la empresa.
- Recursos y organización para la innovación.
- La identificación y priorización de ideas de innovación.
- Gestión de Proyectos Tecnológicos y de Innovación
- Vigilancia tecnológica, Benchmarking e Inteligencia Competitiva.
- La Financiación de la Innovación.
- El Aseguramiento y protección de la Innovación.





TEMA 4-La implementación de la estrategia de innovación.

- La organización interna para la ejecución de la estrategia
- Aprendizaje y gestión del conocimiento.
- El control estratégico de la innovación, indicadores y cuadro de mando integral.

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**. Las clases serán ampliamente participativas, creativas e innovadoras. Se fomenta la metodología de APRENDER HACIENDO. 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.

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; por lo que el equipo de estudiantes deberá presentar avances periódicos para que el docente pueda retroalimentarles.

Este trabajo abarca desde los diagnósticos generales respectivos hasta las propuestas de innovación estratégica que fortalezcan la competitividad de la empresa real escogida. Los estudiantes una vez identificadas las necesidades u oportunidades, elaborará una propuesta de





mejora (proyecto) sobre innovación, en el formato que establezca la Cátedra al efecto. El valor del trabajo escrito es de 30% de la nota final. De este 30%, el 5% responde a aspectos de forma del documento, 55% a los módulos de diagnóstico (información de la empresa, análisis del sector, diagnóstico de innovación, mapa de la estrategia), el restante 40% corresponde a la propuesta de mejora.

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 metodologías de presentación.

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:

- Reporte escrito del "Foro – Mentas Brillantes". Nota (1)
- Asignar noticias y lecturas en grupo, para su análisis previo a las lecciones y exposición en clase,
- Casos empresariales de estudio.
- Preparación previa –por parte del estudiante- de temas pertinentes a las lecciones de cada semana.
- Recolección de datos ilustrativos para los temas de cada lección
- 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 regirán 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. Los exámenes cortos están programados según lo indicado en el siguiente cronograma. 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 las respuestas a las preguntas que haga el profesor en





clase así como la consideración de los aportes que haga el estudiante a la reflexión de los temas y casos vistos en clase.

Se le dará especial énfasis en la participación de los estudiantes ante las exposiciones de trabajos de los demás estudiantes.

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.
- Profundidad y amplitud en el análisis y capacidad de síntesis.
- Presentación de recomendaciones de acción realista y debidamente soportada.
- Uso adecuado de las habilidades de comunicación. Errores gramaticales y de ortografía redundarán en una reducción de la nota obtenida.
- Evidencia de una adecuada preparación.

Conferencias de Apoyo

Este año se tendrá el siguiente calendario de conferencias y los temas respectivos para apoyar el desarrollo de los contenidos de la cátedra:

Cuadro de conferencias "Mentes Brillantes"

CONFERENCIAS	Fechas y horario	Organiza grupo
Estrategia y gestión de la innovación	18 de setiembre, 2pm	Rafael Herrera/profesores de la Cátedra
Herramientas para gestión de la innovación.	23 de octubre, 6pm	Rafael Herrera/profesores de la Cátedra

VI. SISTEMA DE EVALUACIÓN

RUBRO	%
Trabajo práctico Grupal	30%
Presentación del trabajo práctico en grupo	5%
Tareas y otros trabajos periódicos	20%
Exámenes cortos (3 exámenes cortos)	30%
Participación en clase	15%
NOTA	100%

Rubro	Contenido	Porcentaje	Fecha
Trabajo práctico Grupal	Los estudiantes organizados en grupos de trabajo, elaboran un diagnóstico de innovación en la empresa y una propuesta de mejora de innovación de acuerdo con el formulario elaborado para este efecto.	30%	13 de noviembre
Presentación de trabajo práctico en grupo	Los estudiantes harán la presentación oral del trabajo final en la clase.	5%	20 de noviembre





Tareas y otros trabajos periódicos	Análisis de noticias y lecturas, avances del trabajo final, reportes de charlas, investigaciones cortas, casos empresariales de estudio, preparación de temas oportunos, recolección de datos ilustrativos para cada lección, prácticas individuales en empresas y demás didácticas innovadoras.	20%	Durante todo el curso
Exámenes cortos (3exámenes cortos)	Temas del 1 al 4	30%	Las que se indican en el cronograma detallado
Participación en clase	Se considera la participación activa de los estudiantes en los sesiones de todas las semanas.	15%	Todas las clases
NOTA		100%	

VII. CRONOGRAMA

SEMANA	FECHA	TEMA
I	Sesión I 14 de agosto	<p>Tema 1: El proceso estratégico. Introducción</p> <p>Se explica en detalle las características del curso, del programa y la importancia de que él o la estudiante investiguen y se integre plenamente a las actividades de su grupo de trabajo y 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, y la metodología para la realización del Trabajo Final y conformación de 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 de trabajo sobre el sector al que pertenece la empresa. Concepto de procesos estratégico. Formular, ejecutar y evaluar una estrategia. Cap.1 y 2 del libro base, y materiales complementarios que indique el docente El profesor asigna una lectura y video a un para exponer por un grupo en la siguiente clase. Tema: Que es estrategia, Michael Porter.
II	Sesión II 21 de agosto	<p>Tema 1: El proceso estratégico. 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. Exposición de la lectura Que es estrategia, Michael Porter. <p><i>Cap.3 y 4 del libro base, y materiales complementarios que indique el docente</i></p>
III	Sesión III 28 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. Cap. 5. El mapa de la estrategia. Webinar Entrega del perfil básico de la empresa donde se realizará el trabajo grupal. <p>Exposición de Lectura asignada por el profesor (*) <i>Examen corto No.1 (Cap.2,3,4 y lectura "Que es estrategia).</i></p>
IV	Sesión IV 4 Setiembre	<p>Tema 1. El proceso estratégico.</p> <ul style="list-style-type: none"> Práctica para elaboración del mapa estratégico de la empresa.





SEMANA	FECHA	TEMA
		<p>Tema 2: La innovación. Concepto y tipología.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de la innovación. Ver "Innovación Tecnológica. Ideas Básicas. Complementar con video "Que es innovación" y "Innovación en la Cámara de Industrias". • Tipos de innovación (naturaleza, grado de novedad e impacto económico). • Exposición por parte de un grupo de la lectura "Innovation – What its and Why it Matters- • Innovación abierta. Exposición de Lectura "Innovación abierta. Innovar con éxito en el siglo XXI Henry Chesbrough, por parte de un grupo de clase. • 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")
V	Sesión V 11 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"> • El proceso y gestión de la innovación. • El profesor asigna una lectura a dos grupos para exponer en la siguiente clase. Temas relacionado: estrategia de innovación.
VI	Sesión VI 18 de setiembre	<p>Mentes Brillantes: Charla de Cátedra: Estrategia y gestión de la innovación. Presentación de representantes de empresas que han implementado procesos estratégicos de innovación. Ejemplo: Compañía Pozuelo, Coopeservidores, Mafan, entre otros.</p> <p>Auditorio, por confirmar</p>
VII	Sesión VII 25 de setiembre	<p>Tema 3- Estrategia y gestión de la innovación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de Innovación. • Fomento de la cultura, la creatividad y la innovación. Exposición de Lectura "Cómo crear una cultura de innovación que funcione" por parte de un grupo sobre Cultura de Innovación". Grupo realiza exposición de la lectura "You need innovation strategy"
VIII	Sesión VIII 2 de octubre	<p>Tema 3. Estrategia y gestión de la innovación.</p> <p>Presentación de los autodiagnósticos de innovación (10 minutos por grupo).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de Proyectos Tecnológicos y de Innovación. • La identificación y priorización de ideas de innovación. • Práctica sobre identificación de priorización de ideas. <p>El profesor asigna una lectura a un grupo para exponer en la siguiente clase. Temas relacionado: propiedad intelectual</p>
IX	Sesión IX 9 de octubre	<p>Tema 3. Estrategia y gestión de la Innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vigilancia tecnológica, Benchmarking e Inteligencia Competitiva. Ver Guía práctica InnoviTech. Vigilancia tecnológica para la innovación.



SEMANA	FECHA	TEMA
		<p>Práctica de Vigilancia tecnológica</p> <ul style="list-style-type: none"> El Aseguramiento y protección de la Innovación. <ul style="list-style-type: none"> Examen corto 2. Conceptos de innovación y estrategia. Incluye la lectura "You need innovation strategy" y la relacionada con la Cultura de Innovación. Incluye los temas de gestión de proyectos, vigilancia, aseguramiento de la innovación. El profesor asigna dos casos a cada grupo sobre experiencias de protección intelectual, para exponer en el Taller de la Sesión XII. Ver https://www.iprhelpdesk.eu/library/case-studies.
X	Sesión X 16 de octubre	<p>Tema 4. Estrategia y gestión de la Innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> Recursos y organización para la innovación. La Financiación de la Innovación. Reporte. Cada estudiante elabora un reporte a manera de trabajo de investigación de al menos 5 páginas sobre los mecanismos de financiamiento en Costa Rica y América Latina. Análisis de experiencias de propiedad intelectual. Exposición de los grupos de los casos asignados, sobre diferentes experiencias de empresas en las modalidades de propiedad intelectual.
XI	Sesión XI 23 de octubre	<p>Actividad de Mentes Brillantes</p> <p>Herramientas para la gestión de la innovación. Se invitan a empresas y otros actores del sistema nacional de innovación a exponer sobre las posibilidades de desarrollo de la innovación en Costa Rica, Ej. MICITT, CÁMARA DE INDUSTRIAS, INA PYMES, ENTRE OTROS.</p>
XII	Sesión XI 30 de octubre	<p>Tema 4. La implementación de la estrategia de innovación.</p> <ul style="list-style-type: none"> Aprendizaje y gestión del conocimiento. Indicadores de innovación <p>Capítulo de libro "Measuring for Innovation" Antología del Curso.</p>
XII	Sesión XII 6 de noviembre	<p>TEMA 4- La implementación de la estrategia de innovación.</p> <ul style="list-style-type: none"> El control estratégico de la innovación, Cuadro de mando integral. Sesión de trabajo en grupo para aclarar dudas sobre propuesta de mejora o trabajo final.
XIII	Sesión XII 13 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. Examen corto 3. Temas relacionados: recursos y organización de la innovación, financiación, control estratégico, aprendizaje y gestión del conocimiento. Con base capítulos del libro de clase y lecturas asignadas por el profesor. <p>Entrega del trabajo final escrito.</p>
XIV	Sesión XIII 20 de noviembre	Exposición del trabajo final.
XV	Sesión XV 27 de noviembre	AMPLIACIÓN
XVI	Sesión XVI 4 diciembre	ENTREGA DE NOTAS

VIII. BIBLIOGRAFÍA



2511-9180 / 2511-9188



www.ean.ucr.ac.cr



negocios@ucr.ac.cr



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





Bibliografía principal:

1. Antología de tres libros de la Editorial Macgraw Hill.
 - a. Thompson A., Strickland A., Gamble, J., (2015). *Administración Estratégica: Textos y Casos* 19ª Edición. McGraw Hill Interamericana. Capítulo 1 a 5
 - b. Melissa A. Schilling (2008). *Dirección estratégica de la innovación tecnológica*, Madrid, McGraw-Hill, 2ª ed. Varios capítulos.
 - c. Gupta, Paveen and Trusko, Brett (2014). *Global Innovation Science Handbook*. Publisher: McGraw-Hill Education. Copyright / Pub. Date: McGraw-Hill Education. ISBN: 9780071792707. Tres capítulos.
2. 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.

Goffin, k. and Mitchell, R., (2017). *UNDERSTANDING INNOVATION AND INNOVATIONMANAGEMENT, CAPÍTULO 1. EN Innovation Management (3rd Edition). Effective strategy and implementation. Published by PALGRAVE, ISBN 978-1-137-37343-4.*

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.pdfhttps://se7a85824ef05a574.jimcontent.com/.../Estrategia%20como%20revolución.pdf>

Herrera, R. y Gutiérrez, J. Editores (2011). *Conocimiento, innovación y desarrollo*. 1ª ed.—San José, Costa Rica: Impresión Gráfica del Este, 2011 290p.; 15 x 21 cm. ISBN: 978-9968-900-10

Kaplan, Soren (2017). *Si quiere empleados innovadores, hágales vivir experiencias innovadoras*. Trad. Teresa Woods 21.02.2017. <https://www.hbr.es/innovaci-n/449/si-quiere-empleados-innovadores-h-gales-vivir-experiencias-innovadorashttps://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-disruptivahttps://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.

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.

Con formato: Inglés (Estados Unidos)

Con formato: Fuente de párrafo predeter., Fuente: Calibri, 12 pto, Inglés (Estados Unidos)

Con formato: Fuente de párrafo predeter., Fuente: Calibri, 12 pto, Español (España, tradicional)

Código de campo cambiado

Con formato: Sin subrayado, Color de fuente: Automático

Con formato: Fuente de párrafo predeter., Fuente: Calibri, 12 pto

Con formato: Fuente de párrafo predeter., Fuente: Calibri, 12 pto

Con formato: Fuente de párrafo predeter., Fuente: Calibri, 12 pto, Español (España, tradicional)

Con formato: Fuente de párrafo predeter., Fuente: Calibri, 12 pto





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%20MPORTER%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-](https://ubr.universia.net/article/view/709/innovacion-modelo-negocio-creacion-valor-tiempos-cambio)

[negocio-creacion-valor-tiempos-](https://ubr.universia.net/article/view/709/innovacion-modelo-negocio-creacion-valor-tiempos-cambio)

[cambiohttps://ubr.universia.net/article/view/709/innovacion-modelo-](https://ubr.universia.net/article/view/709/innovacion-modelo-negocio-creacion-valor-tiempos-cambio)

[negocio-creacion-valor-tiempos-cambio.](https://ubr.universia.net/article/view/709/innovacion-modelo-negocio-creacion-valor-tiempos-cambio)

Con formato: Fuente: Sin Negrita, Sin subrayado, Color de fuente:

Con formato: Fuente de párrafo predeter., Fuente: (Predeterminado) Arial Black, 12 pto

Con formato: Fuente de párrafo predeter., Fuente: (Predeterminado) Arial Black, 12 pto

IX. INFORMACIÓN DE CONTACTO DE LOS PROFESORES

SEDE RODRIGO FACIO		
GR	Docente	Correo
01	Rafael Herrera González	rherrera.ean@gmail.com
02	Master Ariela Quesada	arielaquesadar@gmail.com
03	Rafael Herrera González	rherrera.ean@gmail.com
04	M.B.A Erick Molina Delgado	erickmolinadelgado@hotmail.com
05	M.B.A. Roy Campos	roy.campos.retana@gmail.com
GR	Docente	Correo
RECINTO GUÁPILES		
01	Lic. Juan José Castro Palma	juanjocastrop@gmail.com
RECINTO PARAÍSO		
01	MBA. Shirley Gómez Leiva	shirley.gomez@ucr.ac.cr
SEDE CARIBE		
01	Lic. Miguel Ángel Chavarría Chaves	miguel.chavarrichaves@ucr.ac.cr
SEDE GUANACASTE		
01	Dr. Jorge Alvarado Bourivant	aboiriva@gmail.com
SEDE PACÍFICO		
01	Lic. Héctor Trejos Benavides	hectortrejos@outlook.com
SEDE OCCIDENTE		
01	M.B.A. Jeannette Morales	jeanntte.morales@ucr.ac.cr

Código de campo cambiado

