
CURSO DE INNOVACIÓN Y DINÁMICA ESTRATÉGICA

Objetivos Generales:

Es un curso destinado a emprendedores, pero también a intraemprendedores, es decir, emprendedores que despliegan sus iniciativas en el seno de su empresa. Cada vez más empresas son conscientes de la importancia y las ventajas de estimular y promover el espíritu emprendedor de sus empleados.

El curso aborda la innovación en los modelos de negocio del emprendedor y la consideración del paso del tiempo y la dinámica de los mercados para la necesaria evolución de la estrategia y el modelo de negocio y como una fuente de nuevas oportunidades.

CONTENIDOS FORMATIVOS

TEMA 1. Innovación en Modelos de Negocio

- 1.0 Introducción y objetivos
- 1.1 Innovación
 - 1.1.1 Concepto de origen funcional de la innovación
 - 1.1.2 El flujo informal de conocimientos técnicos
 - 1.1.3 Innovaciones progresivas y disruptivas
- 1.2 Innovación y modelo de negocio
 - 1.2.1 Enfoque en actividades clave: desagregación de modelos de negocio
 - 1.2.2 Modelos de negocio basados en la larga cola (long tail)
 - 1.2.3 Plataformas multilaterales
 - 1.2.4 Modelos basados en la gratuidad
 - 1.2.5 Modelos de negocio abiertos
- 1.3 Resumen

TEMA 2. El Paso del Tiempo: Estrategia en Evolución

- 2.0 Introducción y objetivos
- 2.1 La curva del ciclo de vida
 - 2.1.1 La gama de productos
 - 2.1.2 Validez del concepto de ciclo de vida del producto
 - 2.1.3 La utilización del tiempo como fuente de ventaja competitiva
- 2.2 Modificaciones estructurales de los mercados con el paso del tiempo
 - 2.2.1 Cambios en la tasa de crecimiento del mercado a largo plazo
 - 2.2.2 Cambios en los segmentos de clientes servidos
 - 2.2.3 Acumulación de experiencia por los compradores
 - 2.2.4 Reducción de incertidumbres
 - 2.2.5 Difusión del conocimiento

- 2.2.6 Acumulación de experiencia por las empresas del sector
- 2.2.7 Expansión (o contracción) de la escala
- 2.2.8 Cambios en los costes de los suministros
- 2.2.9 Innovación de producto
- 2.2.10 Innovación de procesos
- 2.2.11 Innovaciones de marketing
- 2.2.12 Cambios estructurales en mercados conexos o auxiliares
- 2.2.13 Cambios en la política del gobierno
- 2.2.14 Entradas y salidas del mercado
- 2.3 Resumen

TEMA 3. El Contexto de la PYME

- 3.0 Introducción y objetivos
- 3.1 Estrategia en mercados fragmentados
 - 3.1.1 El dilema estratégico: especialización o consolidación
 - 3.1.2 Estrategia empresarial para pequeñas y medianas empresas
- 3.2 Estrategia en mercados emergentes
 - 3.2.1 Una característica estructural dominante: la incertidumbre
 - 3.2.2 El comienzo del proceso de creación de competencias clave
- 3.3 Una situación especial: la transición a la madurez
- 3.4 Internacionalización
 - 3.4.1 Decisiones de internacionalización
 - 3.4.2 Tipos de mercados internacionales: localización versus coordinación
 - 3.4.3 Estrategias globales
- 3.5 Resumen

TEMA 4. Nuevos Modelos de Negocio en la economía 3.0

- 4.0 Introducción y objetivos
- 4.1 Tecnología, bienes de información y externalidades de red
 - 4.1.1 La economía de los bienes informacionales
 - 4.1.2 Externalidades de red
- 4.2 La economía transparente
 - 4.2.1 Aspectos clave de la economía transparente
 - 4.2.2 Información perfecta
 - 4.2.3 Interdependencia en la toma de decisiones
- 4.3 Un nuevo paradigma
 - 4.3.1 La Ley de distribución potencial
 - 4.3.2 Redes basadas en la ley de distribución potencial (redes potenciales)
 - 4.3.3 Estructura y dinámica de las redes potenciales
- 4.4 Las nuevas palancas para el beneficio
 - 4.4.1 Recursos clave: propiedad, protección y puesta en valor
 - 4.4.2 Posicionamiento favorable
 - 4.4.3 Habilidades informacionales
 - 4.4.4 Círculos virtuosos
- 4.5 Resumen