



Guía para el Profesor

MEGATENDENCIAS PARA LA INNOVACIÓN

ETLI1802

Especialidad

Índice

Información general del curso	3
Competencia del curso	3
Metodología.....	3
Evaluación	4
Bibliografía y recursos especiales	5
Contenido del curso (temas).....	5
Uso de rúbricas	7
Tips importantes	7

Información general del curso

- Especialidad
- Modalidades
 - Clave banner: ETLI1802.
 - Modalidad: Presencial, Online.
 - Técnica didáctica: Aprendizaje basado en proyecto.

Competencia del curso

Desarrolla nuevos paradigmas organizacionales, para transformar productos o servicios en nuevas propuestas de valor.

Emplea la metodología TrendWatching para elaborar ideas innovadoras aplicables en las organizaciones.

Metodología

Casos

Durante la experiencia de aprendizaje, el participante analizará un caso que le ayudará a:

- Aplicar conceptos teóricos y técnicos probados en la vida real.
- Desarrollar la toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Replicar situaciones de crítica, riesgo o incertidumbre propios de la vida real.
- Desarrollar un aprendizaje activo.

Metodologías

Ruta de aplicación

Durante la experiencia de aprendizaje, el participante estudiará metodologías que le ayudarán a:

- Encontrar oportunidades de innovación y negocio.
- Diagnosticar megatendencias sociales y tecnológicas.
- Diagnosticar las necesidades del consumidor.
- Generar propuestas de valor.
- Validar tu idea de innovación.

Proyecto

Detección de megatendencias y necesidades de la organización

En la primera parte del proyecto de innovación aplicada, el participante será capaz de:

- Seleccionar una empresa socialmente responsable que requiera de un rediseño de productos o servicios.
- Diagnosticar las necesidades del consumidor.
- Identificar megatendencias aplicables al rediseño de producto y a la organización.

Proyecto

Propuesta de innovación y metodología TrendWatching

En la segunda parte del proyecto de innovación aplicada, el participante será capaz de:

GUÍA PARA EL PROFESOR

- Generar propuestas de valor con la ayuda de la herramienta Consumer Trend Canvas.
- Validar su idea de innovación a través de la metodología Delfos.
- Realizar una proyección de los beneficios esperados con el desarrollo de tu propuesta.
- Presentar su propuesta de innovación a la organización.

Evaluación

Evaluación

La evaluación del curso se llevará a cabo de la siguiente forma:

Unidades	Instrumento evaluador	Puntaje
2	Actividades	30
2	Evidencias	60
1	Examen	10

Entregables

Revisa los entregables para cada semana con tiempo:

Semana	Entregable	Ponderación
Semana 1	Actividad 1	15
Semana 2	Evidencia 1	30
Semana 2	Actividad 2	15
Semana 4	Evidencia 2	30
Examen		10
Total		100

Bibliografía y recursos especiales

Libros de texto

- Diamandis, P. y Kotler, S. (2021). *El futuro va más rápido de lo que crees*. Estados Unidos: Deusto. ISBN: 9788423432318

Libro de apoyo:

- Rodríguez, C. (2014). *Un camino hacia la innovación: cómo transformar su organización en época de turbulencia*. México: ITESO / Universidad de Colima. ISBN: 978-968-5087-94-0
- Bas, E. (2014). *Megatendencias para el Siglo XXI. Un estudio Delfos* (Biblioteca de Prospectiva). México: Fondo de Cultura Económica. ISBN: 978-968-167-631
- Kalbach, J. (2020). *The jobs to be done playbook: Align your markets, organization and strategy around customer needs*. Estados Unidos: To waves books. ISBN: 978-1933820682
- Christensen, C. (2020). *Competir contra la suerte: la historia de la innovación y la elección del cliente*. Estados Unidos: Harper Collins. ISBN: 978-6078589999

Contenido del curso (temas)

Módulo 1.

Tema 1. Transformar las organizaciones por medio de la innovación.

- Es importante que los alumnos identifiquen la diferencia entre una moda y una megatendencia, haciendo consciente que esta última es un cambio que durará al menos los siguientes diez años.
- Retomar el concepto de autor Alexander Osterwalder, donde determina que un modelo de negocio es la manera en que una empresa o persona crea, entrega y captura valor del cliente.
- Para definir de qué forma se crea valor, se debe tomar en cuenta que el centro de toda innovación debe ser el cliente; dado que son ellos los que determinan si algo es valioso o no.

Tema 2. Los paradigmas y el pensamiento organizacional.

- Para entender cómo se puede innovar en productos y servicios, se puede abordar la plática de Ted de Guy Kawasaki, “El arte de la innovación”, ya que permite discutir el cambio de paradigmas organizacionales: TEDx Talks. (2014, 22 de febrero). *The art of innovation | Guy Kawasaki | TEDxBerkeley* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Mtjatz9r-Vc&t=56s>
- Diferenciar la cultura tradicional de una cultura de innovación también es un punto relevante para que los alumnos encaminen sus esfuerzos a promover la innovación como una constante en sus organizaciones. Puedes apoyarte en este artículo: Himowicz, N. (2021). *Innovation Culture: Creating the Ideal Environment. Implement the Right Conditions for your Innovation Team to be Successful*. Recuperado de <https://www.strategyzer.com/blog/create-the-right-conditions-for-your-innovation-team-to-be-successful>

Tema 3. Rediseño de productos y servicios.

- Entender la diferencia entre la innovación incremental y la innovación radical o disruptiva es un buen punto de partida para poder clasificar aquellas empresas que han utilizado las tendencias para innovar.

GUÍA PARA EL PROFESOR

- Para apoyar en la creación de un modelo de valor, se puede tomar como referencia el lienzo de Propuesta de Valor (Value Proposition) de Alexander Osterwalder. Puedes apoyarte en este video: Strategyzer. (s.f.). *Strategyzer's Value Proposition Canvas Explained* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ReM1uqmVfP0>
- Sugiere a los alumnos registrarse a la página de TrendWatching para tener su newsletter y enterarse de algunas empresas que aprovechan una megatendencia.

Tema 4. Megatendencias sociales.

- Es valioso poder compartir con los alumnos ejemplos de cómo algunas empresas han aprovechado las megatendencias sociales. Un ejemplo de *trendwatching* es GetSetup, una empresa dedicada a dar clases en línea en vivo, y que alienta a adultos mayores a interactuar en estos cursos.
- También puedes apoyarte en las tendencias que cada año desvela Euromonitor. Una de las tendencias para 2022 son:
 - Adultos mayores digitales: Los consumidores mayores se convierten en usuarios de tecnología más inteligentes. Las soluciones virtuales deben adaptarse a las necesidades de esta audiencia en línea ampliada.
 - La paradoja de la socialización: Los niveles de comodidad fluctuantes crean un regreso conflictivo a la vida antes de la pandemia. En 2021, el 76% de los consumidores mundiales tomó precauciones de salud y seguridad al salir de casa.

Módulo 2.

Tema 5. Megatendencias del consumidor.

- Dentro de estas megatendencias del consumidor se encuentran los consumidores ecológicos. Euromonitor también ha identificado las siguientes tendencias:
 - Urbanistas rurales: Los consumidores se trasladan a vecindarios más seguros, limpios y ecológicos.
 - Los que cambian el clima: La eco-ansiedad y la emergencia climática impulsan el activismo ambiental para una economía neta cero. En 2021, el 35% de los consumidores globales redujeron activamente sus emisiones de carbono.

Tema 6. Megatendencias tecnológicas.

- Dentro de las megatendencias tecnológicas se encuentra la realidad aumentada. Euromonitor describe los siguientes puntos sobre esta megatendencia para 2022:
 - El movimiento metaverso: Los ecosistemas digitales 3D inmersivos comienzan a transformar las conexiones sociales. Las ventas globales de accesorios de AR/VR crecieron un 56% de 2017 a 2021, alcanzando US\$2600 millones el año pasado.

Tema 7. Metodología Delfos (DELPHI).

- En el método Delfos se pueden aplicar instrumentos cualitativos y cuantitativos. Sería recomendable que primero se utilizara un instrumento cualitativo con una entrevista de profundidad para entender las tendencias que identifican los expertos.
- Posteriormente, una vez que se identifican ciertas coincidencias se puede aplicar un instrumento cuantitativo como una encuesta para tratar de acotar los resultados y buscar de manera más eficiente el consenso.

Tema 8. Metodología analítica de TrendWatching.

- En ocasiones se pueden identificar más de una tendencia que pudiera aplicarse para una organización. Para poder evaluar entre las tendencias se puede apoyar en el radar de tendencias de Trendwatching, mismo que puedes consultar en: TrendWatching BV. (s.f.). *Toolbox*. Recuperado de <https://www.trendwatching.com/toolbox>
- Cuando los alumnos realicen el *Consumer Trend Canvas* puedes sugerirles utilizar entre el abanico de tendencias identificadas en el contenido de la materia, las tendencias de Trendwatching o las de Euromonitor.

Notas de enseñanza para el método de caso

1. Revisar el caso asignado a su curso, los datos del caso aparecen en la liga del curso en la actividad 1.
2. En la Actividad 1, su intervención como profesor consiste en colocar la/las preguntas detonantes en un foro de discusión dentro del curso en Canvas y dar seguimiento y promover la participación.
3. Para la Actividad 2, los participantes deben realizar lo siguiente:
 - a) Discutir las propuestas de solución individuales publicada en el foro de discusión y replicar una opinión de sus compañeros que sea similar y una diferente a la suya.
 - b) Presentar su propuesta de solución final, así como las respuestas a las preguntas de análisis sobre cómo llegó a confirmar la solución planteada, conclusiones y aprendizajes personales que obtuvo.
4. Tomar en cuenta que en la primera semana del curso los participantes se están adaptando a la forma de trabajo, por lo que surgirán muchas dudas sobre el uso de la plataforma Canvas, el método de caso y el método de evaluación.
5. Para registrar la participación de los participantes, se recomienda utilizar un formato como este:

Nombre del alumno	Aportación individual		Análisis de soluciones al caso		Reporte final
	Respuestas a las preguntas detonantes	Respuesta inicial de solución	2 réplicas	Propuesta de solución final	

Uso de rúbricas

La evidencia final del curso tiene asignada una rúbrica con la cual es obligatorio que se califique, esto es muy importante para nuestro modelo de competencias ya que es la forma en la que medimos el desarrollo de las competencias en nuestros alumnos.

Es importante evaluar con la rúbrica que aparece en el apartado de la evidencia final ya que se les estará auditando constantemente su realización efectiva.

Video disponible para calificar con rúbricas en:

- ¿Cómo busco una rúbrica?: <https://youtu.be/QgDKeZv9tAI>
- ¿Cómo califico con una rúbrica?: <https://youtu.be/mAbIsLAGlp4>

Tips importantes

- **Material de capacitación en la plataforma tecnológica Canvas:**
 - Tutorial digital para profesores: <https://bit.ly/2SbMaNK>
 - Tutorial digital para alumnos: <https://bit.ly/35IBnPg>
- **¿En dónde o a quién reporto un error detectado en el contenido del curso?**

Lo puedes reportar a la cuenta atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx pero te pedimos que también reportes sugerencias para el contenido y actividades del curso.

- **¿Quién me informa de la cantidad de sesiones y tiempo de cada sesión en las semanas?**

El coordinador docente te debe de proporcionar esta información.

- **¿En qué semanas se aplican los exámenes parciales y el examen final?**

Consulta con tu coordinador docente los calendarios de acuerdo a la modalidad de impartición.

- **¿Tengo que capturar las calificaciones en Banner y en la plataforma educativa?**

GUÍA PARA EL PROFESOR

Si, es importante que captures calificaciones en la plataforma para que los alumnos estén informados de su avance y reciban retroalimentación de parte tuya de todo lo que realizan en el curso. En banner es el registro oficial de las calificaciones de los alumnos.