



Innovación en los negocios

Guía de impartición

Contenido

Contenido	2
Datos del certificado	2
Temario.....	2
Metodología	3
Evaluación.....	5
Proyecto final.....	5
Notas de enseñanza.....	5

Datos del certificado

Clave	Nombre del certificado
LBLI2002E	Innovación en los negocios

Competencia

Conceptualiza proyectos creativos para poner en práctica, ver el futuro con claridad, predecir las tendencias y consecuencias en el ambiente de cambio e incertidumbre.

Temario

1	Mercadotecnia
2	La venta
3	Creatividad
4	Competitividad
5	Cultura de innovación en el mundo actual
6	Prospectiva estratégica
7	La innovación estratégica

Metodología

La metodología que se aplicará para este certificado de Profesional Asociado es metodología basada en proyectos bajo la modalidad Connect, es decir, se tendrán clases sincrónicas virtuales dos veces por semana y la clase se quedará grabada en la plataforma para que pueda ser consultada cuantas veces sea necesario. En la metodología basada en proyectos, se ganará conocimiento y habilidades trabajando por periodos de tiempo prolongados con actividades, retos, problemas aplicables al entorno laboral.

También se contará con el apoyo de un asesor académico, quien ayudará al aprendiz a identificar lo que le impide avanzar hacia el logro de sus metas, promoviendo la reflexión y el autoconocimiento para concretar sus esfuerzos y recursos disponibles con el fin de culminar el certificado exitosamente.

Este certificado se compone de ocho unidades agrupadas en dos módulos.



Cada unidad de estudio se integra por las siguientes secciones:

UNIDAD 1
Mercadotecnia



Secciones

A continuación, se encuentran los elementos que componen la unidad:

-  Aquí encontrarás la explicación de la unidad.
-  Amplía tu aprendizaje a través de los recursos de apoyo.
-  Realiza el ejercicio correspondiente.
-  ¿Te sientes preparado?, contesta el quiz de la unidad.

Asegúrate de

- Comprender el significado y el alcance de la mercadotecnia en los procesos comerciales.
- Identificar los actores que intervienen en cada tipo de mercado y su importancia.
- Identificar y aprovechar los conceptos de la mezcla de mercadotecnia.
- Determinar la importancia del análisis del entorno competitivo.
- Identificar y definir las estrategias de mercado acordes al tipo de producto a ofrecer.

Explicación. En esta sección se presenta el contenido que debe estudiarse, lo cual es parte de lo que permitirá adquirir los conocimientos requeridos para desarrollar la competencia del certificado.

Recursos de apoyo. En esta sección se incluye lo siguiente:

- **Referencias bibliográficas del contenido.** Fuentes que se utilizaron para fundamentar las explicaciones.
- **Temas para profundizar en el contenido.** Información importante que complementa a la explicación de la unidad, y que por lo tanto se debe también estudiar.
- **Lecturas y videos.** Recursos para complementar, reforzar y ampliar tu aprendizaje.

Actividades. En esta sección aparecerá una actividad, cuyo propósito es que se aplique el conocimiento adquirido y que se experimente con el mismo en actividades, problemas o retos en un contexto similar a la realidad laboral.

Examen rápido (quiz). A través de esta sección el aprendedor realizará un *quiz* para comprobar el conocimiento adquirido después de haber estudiado.

Asegúrate de (Checkpoint). En esta sección se enlistan los principales conceptos, los cuales, el aprendedor se debe asegurar de que adquirió después de estudiar el contenido correspondiente.

Evaluación

La evaluación de este certificado se compone de la siguiente manera:

Evaluable	Semana de entrega	Ponderación
Examen rápido 1	1	2%
Actividad 1	2	8%
Examen rápido 2	2	2%
Actividad 2	3	8%
Examen rápido 3	3	2%
Actividad 3	4	8%
Examen rápido 4	4	2%
Actividad 4	5	8%
Examen rápido 5	5	2%
Actividad 5	6	8%
Examen rápido 6	6	2%
Actividad 6	7	8%
Examen rápido 7	7	2%
Actividad 7	8	8%
Proyecto final	8	30%

El examen rápido 8 y la actividad 8 serán resueltos por el aprendizador, sin embargo no tiene ponderación en la evaluación del curso.

Proyecto final

En cuanto al proyecto, éste consta de tres etapas, planteamiento, ejecución y resultados, y cada una cuenta con criterios de evaluación. Deberás enviar, a través de la plataforma, los entregables de cada una de las fases al finalizar tu proyecto.

Notas de enseñanza

Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados en el mismo, con el fin de detectar y, en su caso, actualizar y/o enriquecer previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.

Un aspecto de gran importancia en el desarrollo de los temas es su involucramiento como facilitador para propiciar que la competencia del curso se cumpla. Además, debe preparar a los participantes para que vayan desarrollando propuestas de soluciones innovadoras a problemas actuales propios del área de estudio.

Enseguida puede revisar las notas de enseñanza generales y por tema para este curso.

Generalidades

Durante este certificado el profesor podrá guiar a los participantes por un amplio número de temas que tienen como objetivo lograr que las empresas generen innovación y permitirles conocer megatendencias, herramientas y procesos que son de vital importancia para una empresa innovadora.

Tema 1

Se sugiere concientizar a los participantes en el entorno y la posición de los competidores. El participante debe conocer cuáles son las condiciones en las que opera la competencia y cuáles las características que actualmente tiene su producto. Es una buena práctica comparar con mapas de posicionamiento, el producto mismo, con el resto de los que se encuentran en el mercado.

Tema 2

El proceso de venta debe analizarse desde el punto de vista de las interacciones entre la empresa y los consumidores. Es una buena alternativa que los participantes entiendan todas las acciones que llevan a cabo durante la compra de un producto para identificar acciones que la empresa puede realizar para guiar al consumidor.

Tema 3

Durante este tema, es importante que los participantes consideren que la creatividad es una habilidad que se puede entrenar a través de herramientas y técnicas que permiten el desarrollo de nuevas ideas. Por lo que se sugiere crear escenarios donde se puedan aplicar dichas herramientas.

Tema 4

La identificación de las estrategias de diferenciación de las marcas puede dar pie al desarrollo de acciones posteriores para crear una innovación dentro de la empresa. En este tema también se debe poner énfasis en el análisis crítico de la empresa y sus productos a través de herramientas como el FODA y SOAR.

Tema 5

Durante el tema, los participantes podrán establecer los objetivos que perseguirá una empresa para moverse hacia la innovación de la misma. Para lograrlo, se deben establecer los planes estratégicos, dentro de los cuales podrán apoyarse en herramientas como Model Business Canvas y los OKR's.

Tema 6

En este punto, los participantes tendrán la capacidad de entender el entorno como un ambiente mucho más amplio, considerando que, para desarrollar las acciones dentro de una empresa, debe visualizar e investigar el futuro de su industria y del mundo, con el propósito de generar innovaciones significativas.

Tema 7

Será de gran valor para los participantes entender que la innovación es un trabajo de grupo y que puede llevarse a cabo en cualquier empresa. Conocer los diferentes tipos de innovación les permitirá diferenciar entre aquellas que son impulsadas por la tecnología o el mercado.

Tema 8

En este último tema es recomendable dar a los participantes los parámetros y la reflexión de que la innovación debe ser parte de la cultura de una empresa, pues es la única forma de garantizar la permanencia en el largo plazo.

Proyecto final

El proyecto final está planteado en tres fases y consiste en la propuesta de una innovación dentro de una empresa. También puede crearse dicha innovación dentro de un emprendimiento. Durante la fase de planteamiento, el participante deberá analizar la situación actual de la empresa. En la fase de ejecución investigará las tendencias que impactan a la empresa y desarrollará el trabajo en colaboración con otras personas para crear un nuevo producto o servicio. Dentro de la fase de resultado dará la propuesta final de innovación, el planteamiento del modelo de negocio y la reflexión para implementar una cultura de innovación. Durante las tres fases es recomendable que el participante aplique los conceptos y herramientas de los temas.