

INNOVACION Y GESTIÓN DEL CAMBIO

I. INFORMACIÓN GENERAL

| | | | |
|-----------------------------------|--|---------------------|--|
| Curso: | Innovación y Gestión del Cambio | Semestre: | 2017-I |
| Código: | GEE205 | Ciclo: | X |
| N° de Créditos: | 3 | Profesor/es: | Regina Soriano Juan Galeas Noel Gonzalez |
| N° horas de teoría: | 03 horas semanales | Horarios: | 1000 1001 1002 |
| Curso(s) Pre-requisito(s): | Haber aprobado todos los cursos hasta el ciclo VII inclusive, y los cursos Gestión Estratégica, Taller de Habilidades Gerenciales III, Gestión de Personas II. | Carácter: | Obligatorio |

II. FUNDAMENTACIÓN

En un mundo discontinuo la innovación es la clave para lograr el éxito empresarial. Está comprobado que las empresas que han aprendido a gestionar adecuadamente la innovación crecen más rápido, son más rentables, y se adaptan con mayor facilidad a los cambios en la industria. Sea para aprovechar oportunidades aun no descubiertas o para solucionar problemas organizacionales, la innovación se ha convertido en una de las principales fuentes de ventaja competitiva en el mundo empresarial.

Para ser innovadora, una empresa no sólo debe tener la capacidad de cuestionar, crear y reinventarse continuamente. También debe contar con personas que sean capaces de gestionar y liderar el cambio que estas “nuevas formas de generar valor” conllevan.

Todo cambio produce tensiones y emociones en las personas y en la cultura de la empresa. Siendo las transiciones la respuesta emocional al cambio, estas tienen que ser gestionadas adecuadamente para que el cambio tenga éxito.

El cambio es algo permanente y cada vez lo será mas. La estabilidad ha dejado de ser la norma y la mayoría de expertos coinciden en que las próximas décadas el entorno empresarial será incluso más inestable que ahora. El gestor debe estar preparado para manejar la incertidumbre y gestionar efectivamente el cambio.

III. SUMILLA

Busca que el alumno pueda comprender, analizar y gestionar los procesos de transformación organizacional que se dan durante el crecimiento empresarial, utilizando la innovación como un recurso que le permita modificar la manera en cómo se gestiona la organización y generar nuevas soluciones a los retos que esta enfrenta en dicho crecimiento. Para lograrlo, se desarrollan los fundamentos de la gestión del cambio, a través del análisis de los roles que desempeñan los colaboradores durante este proceso, y el impacto del cambio en la cultura organizacional, utilizando diversas herramientas de análisis y diseño para la innovación.

IV. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Objetivo General

Al finalizar el curso, el estudiante identifica y comprende problemas y desafíos empresariales de manera integral, desde diferentes perspectivas y de manera sistémica, propone soluciones innovadoras y desarrolla estrategias para gestionar el proceso de cambio considerando el contexto de la organización.

Objetivos Específicos

- Comprende e interioriza la necesidad gestionar la innovación y el cambio en el mundo empresarial.
- Explora y comprende los problemas y desafíos empresariales desde una perspectiva sistémica y empática.
- Demuestra apertura a experimentar, flexibilidad de pensamiento y capacidad para adaptarse a nuevos contextos.
- Reconoce y comprende las necesidades y expectativas de los grupos de interés primarios de la organización.
- Propone y diseña mecanismos que permitan comunicar y alinear la estrategia con la estructura, procesos y cultura de la organización.
- Reconoce el valor de las personas y las relaciones humanas para la organización, considerando la diversidad, identidad e integridad de las personas dentro de ella.
- Comprende y aplica herramientas y métodos para conducir procesos y prácticas para innovar.
- Obtiene información que responde al objetivo de investigación con base en el diseño metodológico definido.
- Desarrolla soluciones creativas e innovadoras a diversos problemas y desafíos que existen en las organizaciones empresariales aplicando el pensamiento crítico.
- Identifica los principales supuestos de la solución propuesta y los pone a prueba a través de prototipos
- Sintetiza lo comprendido, a través de una explicación coherente y sistémica del problema.
- Comprende y aplica diferentes métodos y herramientas para gestionar un proceso de cambio al interior de una empresa.
- Sistematiza la información obtenida a fin de proponer conclusiones y recomendaciones.
- Establece un diálogo constructivo con la audiencia en función de los objetivos del mensaje.

V. CONTENIDO

Primera Unidad: 02 sesiones

Unidad 1: Introducción y Estructuración del Proceso

La parte inicial del curso tiene como objetivo la comprensión de los conceptos de Innovación y Gestión del Cambio aplicados en la realidad empresarial y la importancia de ambos conceptos en el mundo de la gestión. Los alumnos deberán comprender las etapas de un proceso de innovación a partir de la definición y estructuración de un proyecto grupal en una organización real.

Segunda Unidad: 03 sesiones

Unidad 2: Exploración y Definición del Problema

A partir de la segunda unidad el curso adquiere la dinámica de taller donde los diferentes grupos de trabajo analizarán el problema o desafío elegido en una empresa del entorno local, utilizando el pensamiento sistémico y la metodología de Design Thinking en sus fases de exploración, comprensión y definición del problema.

Tercera Unidad: 03 sesiones

Unidad 3: Diseño y Testeo de Soluciones

Continuando con la lógica de la clase tipo taller bajo el método del Design Thinking, los alumnos deberán crear diversas alternativas de solución al desafío definido en la unidad anterior. Estas soluciones serán plasmadas en prototipos y testeadas con los actores relevantes.

Cuarta Unidad: 03 sesiones

Unidad 4: Gestión del Cambio

La última unidad busca que los alumnos desarrollen e implementen la estrategia que permita a la empresa adaptar la solución innovadora planteada, tomando en cuenta la cultura de la organización y los actores que se verían afectados con la propuesta.

Quinta Unidad: 03 sesiones

Unidad 5: Asesorías Grupales y Presentaciones Finales

A través de dinámicas de asesoría y feedback se buscará que los alumnos estén en condiciones de presentar su solución y estrategia a la organización para la cual están diseñando una solución al problema o desafío identificado.

VI. METODOLOGÍA

La metodología de este curso será totalmente dinámica y participativa. Se utilizará el método de caso como herramienta de aprendizaje en alguna de las sesiones. Asimismo se pondrán a disposición del alumno material (lecturas, herramientas, videos) que acompañen el proceso de aprendizaje. Se espera que los alumnos lleguen a clase habiendo revisado estos materiales antes de cada sesión. La asistencia es obligatoria.

El curso busca que el alumno de gestión “aprenda haciendo” a través de la exploración de un problema o desafío de una empresa y el desarrollo de soluciones de manera creativa, colaborativa e iterativa. De esta manera, se busca intervenir directamente en la realidad de una empresa en la cual esta enmarcado el problema, al mismo tiempo que se logra un mayor aprendizaje de los estudiantes a través de la aplicación de las herramientas y conceptos teóricos en la práctica.

El trabajo en equipo será clave durante el desarrollo del curso. Los alumnos deberán conformar equipos de 5 personas e identificar una empresa con la cual realizar el trabajo. El trabajo consistirá en el análisis y definición de un problema o desafío real en una empresa, el desarrollo de una propuesta de solución y la estrategia de gestión del cambio para implementarla. En la mayoría de las sesiones se realizarán dinámicas aplicadas que contribuirán al desarrollo del trabajo grupal. Los grupos deberán presentar al profesor y a la clase los avances de su trabajo de manera periódica en función de la dinámica realizada en la sesión anterior.

VII. RECURSOS

Para cumplir con los resultados de aprendizaje se requiere un aula con sillas móviles, muy buena conexión a internet y audio. Adicionalmente muchas de las sesiones requerirán de una pizarra acrílica por grupo.

En cuanto a los materiales se requerirán post-its, plumones, papelógrafos y otros materiales con los cuales los alumnos podrán realizar las diferentes dinámicas incluidas en el curso. Los materiales requeridos serán indicados específicamente para cada sesión.

VIII. EVALUACIÓN

| Tipo de Evaluación | Ponderación | Unidades | Producto |
|--|-------------|----------|--|
| Ensayo, Caso y Controles de Lectura | 30% | Todas | Controles de Lectura, Ensayos Individuales y Resolución de un Caso, donde los alumnos reflexionen sobre los conceptos, herramientas y experiencias aprendidas. |
| Dinámicas aplicadas | 30% | Todas | Participación y asistencia de los alumnos en las dinámicas en clase y las entregas de avances periódicas. |
| Trabajo de Aplicación - Primer Avance | 10%* | 1, 2 y 3 | Presentación del problema a resolver y las potenciales soluciones. |
| Trabajo de Aplicación – Presentación Final | 30%* | Todas | Presentación final de la propuesta de innovación y estrategia de gestión de cambio. |

*En el caso del Trabajo de Aplicación se otorgará un 50% de la nota como calificación individual.

IX. BIBLIOGRAFÍA

BROWN, Tim (2009). **Change by Design: how design thinking transforms organizations and inspires innovation.** HarperCollins

CHRISTENSEN, Clayton M (2011). **The Innovator's Dilemma: The Revolutionary Book that will Change the way you do Business** HarperBusiness

CHRISTENSEN, Clayton M. RAYNOR, Micheal E. (2013). **The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth** Harvard Business Review Press

EICHHOLZ, Juan Carlos (2015). **Capacidad Adaptativa. Cómo las organizaciones pueden sobrevivir y desarrollarse en un mundo cambiante.** Ediciones de la U-LID Editorial Colombiana.

KIM, W. C. & MAUBORGNE, R. (2005) **Vencer las Principales Barreras Organizacionales en La Estrategia del Océano Azul**. Editorial Norma.

KOTTER, John (2007). **Al Frente del Cambio**. Ediciones Urano

LOFY, Chuck (2004), **Vitality: Igniting your Organization's Spirit**. Thomson.

MARTIN, Roger (2009). **The Design of Business: why design thinking is the next competitive advantage**. Harvard Business Review

SCHAMER, O. (2007). **Teoría U: Liderando desde el futuro que emerge**. Abordando el punto ciego de nuestro tiempo.

SENGE, Peter (1990). **La Quinta Disciplina: El Arte y la Practica de la Organización Abierta al Aprendizaje**. Gránica.

SENGE, Peter (1995). **La Quinta Disciplina en la Práctica**: Gránica.

SORIANO - RIVERA, Regina (2016). **Gestión del cambio: una propuesta metodológica desde el proceso estratégico**. DACG, 360 Revista de Ciencias de la Gestión:
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/360gestion/article/view/14870>

X. CRONOGRAMA

Ver Anexo

XI. POLÍTICAS SOBRE EL PLAGIO

Para la corrección y evaluación de todos los trabajos del curso se va a tomar en cuenta el debido respeto a los derechos de autor, castigando severamente cualquier indicio de plagio con la nota CERO (00). Estas medidas serán independientes del proceso administrativo de sanción que la facultad estime conveniente de acuerdo a cada caso en particular. Para obtener más información, referirse a los siguientes sitios en internet:

- www.pucp.edu.pe/documento/pucp/plagio.pdf
- http://www.pucp.edu.pe/puntoedu/images/documentos/institucionales/guia_pucp_para_el_registro_y_citado_de_fuentes_documentales_2009.pdf

XII. ACTUALIZACIÓN

08/03/17, Regina Soriano Rivera.