



INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS



Objetivos

- OBJETIVO GENERAL:
 - a. Elaborar contenidos digitales para impulsar el desarrollo de competencias para la innovación en los profesionales (directivos y trabajadores expertos) del siglo XXI, abordando para ello tanto el mejor despliegue de facultades cognitivas e intrapersonales, fortalezas, actitudes y valores, como las más idóneas relaciones jerárquicas en las empresas, que permitan la expresión de la creatividad de los trabajadores.

- OBJETIVOS ESPECÍFICOS:
 - a. Reflexionar sobre la importancia y las manifestaciones de la mejora continua y la innovación en la economía emergente, y las implicaciones de esta realidad en la cultura y funcionamiento de las organizaciones.
 - b. Revisar los estudios existentes sobre el perfil del profesional innovador, para destacar los rasgos de personalidad y conducta que caracterizan a los más creativos, y los elementos organizacionales que catalizan la innovación.
 - c. Proporcionar claves para el cultivo y desarrollo de las habilidades cognitivas (pensamiento sistémico, conectivo, inferencial, abstractivo...) que en mayor medida contribuyen a la imaginación y la creatividad de las personas.
 - d. Identificar las fortalezas, actitudes, valores y hábitos que impulsan la creatividad de las personas, así como las más idóneas acciones de desarrollo de la cultura organizacional correspondiente.
 - e. Reflexionar sobre la gestión en la empresa de la mejora y la innovación, tanto en procesos, como en productos y servicios, enfocando para ello el más idóneo reparto de funciones y responsabilidades entre niveles jerárquicos.

- Adquirir los conocimientos básicos que caracterizan la innovación en productos y servicios: Conocer los conceptos de intención, atención, intuición y actuación, conocer la dirección de los trabajadores expertos, la gestión del conocimiento y el proceso del conocimiento intuitivo.

Contenido

Tema 1. Curso Superior de Innovación

- 1.1. Características de la economía emergente
- 1.2. El perfil del profesional del conocimiento
- 1.3. La personalidad creativa: estudio psicológico
- 1.4. El proceso creativo en cinco etapas
- 1.5. El perfil del innovador, según Ditkoff
- 1.6. Qué entendemos por creatividad: visión sistémica
- 1.7. Técnicas para el impulso de la creatividad, según DeBono
- 1.8. Innovación tecnológica y "la otra" innovación
- 1.9. Cuestionar lo establecido: el largo camino de Aristarco a Galileo
- 1.10. El pensamiento crítico, llave de la innovación
- 1.11. Ampliar el campo del saber: conexiones y analogías
- 1.12. Grados de innovación, según Altshuller
- 1.13. El innovador, como trabajador del pensamiento
- 1.14. Modalidades del pensamiento: conceptual, analítico, divergente...
- 1.15. Las inferencias, según Peirce
- 1.16. Pensamiento creativo y creatividad corporativa
- 1.17. Arquetipos sistémicos en la empresa
- 1.18. Talento e intuición, en los mejores profesionales
- 1.19. El perfil emocional y autotélico del innovador
- 1.20. Intención, atención, intuición y actuación: cuatro variables cardinales
- 1.21. La dirección de los trabajadores expertos
- 1.22. La gestión del conocimiento
- 1.23. Del conocimiento a la innovación: las abstracciones de Altshuller

- 1.24. Del conocimiento intuitivo a la innovación: casos aleccionadores
- 1.25. El flujo intuitivo, según Csikszentmihalyi
- 1.26. De la casualidad a la innovación: casos de estudio
- 1.27. Los más aleccionadores casos de serendipidad
- 1.28. La gestión corporativa de la innovación: métodos SPC y TRIZ
- 1.29. El patrocinio de la innovación, según W.S. Humphrey
- 1.30. Conclusiones y plan de actuación

Tema 2. La innovación en Productos y Servicios

- 1.1. El perfil emocional y autotélico del innovador
- 1.2. Intención, atención, intuición y actuación: cuatro variables cardinales
- 1.3. La dirección de los trabajadores expertos
- 1.4. La gestión del conocimiento
- 1.5. Del conocimiento a la innovación: las abstracciones de Alshuller
- 1.6. Del conocimiento intuitivo a la innovación: casos aleccionadores