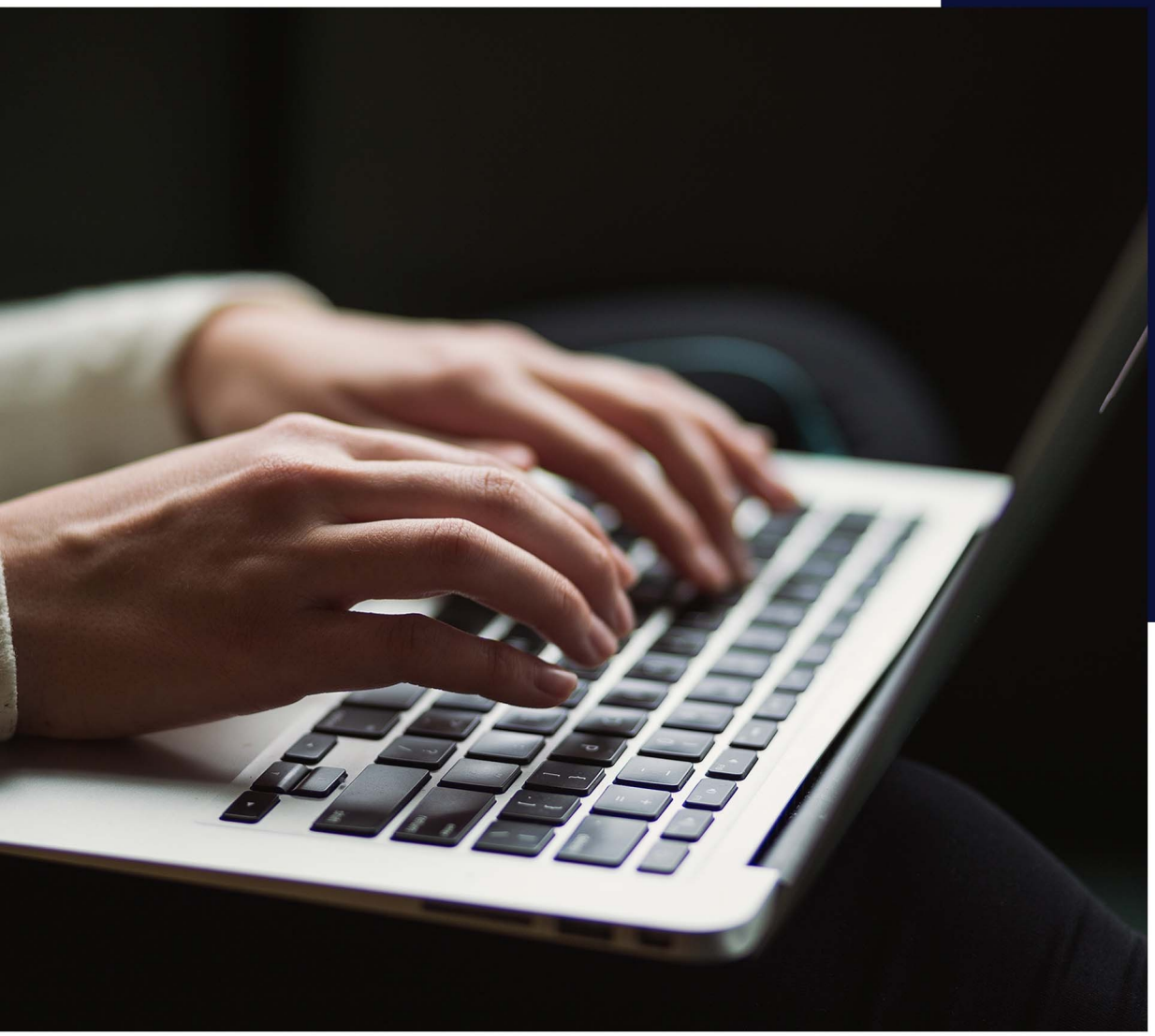
VEIGLER
BUSINESS SCHOOL



MÁSTER EN INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

VGL008

aeen
asociación española
de escuelas de negocios

CECAP

DESTINATARIOS

Esta Titulación está dirigida a empresarios, directivos, emprendedores, trabajadores, estudiantes y cualquier persona que pretenda adquirir los conocimientos necesarios en relación con este ámbito profesional.

Permite conocer la evaluación del potencial emprendedor, el empoderamiento, la identificación de oportunidades e ideas de negocio, el análisis de decisiones previas y el plan de acción, el proceso estratégico de la innovación, la innovación en mercados, la innovación en productos y servicios, la innovación en procesos, la innovación en la creación con el cliente y la creatividad innovadora, entre otros conceptos relacionados. Además, al final de cada unidad didáctica el alumno/a encontrará ejercicios de autoevaluación que le permitirá hacer un seguimiento de los conocimientos adquiridos a lo largo del curso de forma autónoma.

El alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Veigler Business School. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo.**

FICHA TÉCNICA

- CARGA HORARIA DE 600H
- MODALIDAD A DISTANCIA
- DURACIÓN DE HASTA UN AÑO
- CURSO INICIAL ONLINE
- TUTORÍAS INDIVIDUALES
- IDIOMA CASTELLANO

RECONOCIMIENTO

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "**MÁSTER EN INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO**", de VEIGLER BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máxima institución española de escuelas de negocio.

VALOR ACTUAL

VALOR ACTUAL:
~~2380€~~ 595€

DIFERENTES MÉTODOS DE PAGO

DISPONIBLE PAGO FRACCIONADO

ENVÍO DEL DIPLOMA INCLUIDO

PROGRAMA EDUCATIVO

PARTE 1. DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EMPRESARIAL Y PROFESIONAL

UNIDAD 1. EL PROCESO ESTRATÉGICO DE LA INNOVACIÓN

1. La innovación, las personas y la sociedad del conocimiento.
2. Estrategias competitivas.
3. I+D+i.
4. Políticas de apoyo.

UNIDAD 2. LA INNOVACIÓN EN MERCADOS

1. Oportunidades de innovación derivadas de la globalización.
2. Como Inventar Mercados a través de la Innovación.
3. Nuevos Mercados, nuevas oportunidades.

UNIDAD 3. LA INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS

1. Etapas de desarrollo y ciclos de vida.
2. Incorporación al mercado.
3. Metodologías de desarrollo.

UNIDAD 4. LA INNOVACIÓN EN PROCESOS

1. El proceso de la innovación.
2. Modelos de proceso de innovación.
3. Gestión de innovación.
4. Sistema de innovación.
5. Como reinventar las empresas innovando en procesos.
6. Innovación en Procesos a través de las TIC.
7. El Comercio Electrónico: innovar en los canales de distribución.

UNIDAD 5. LA INNOVACIÓN EN LA RELACIÓN CON EL CLIENTE

1. Innovación en los Procesos de Relación con el Cliente.
2. El cliente que participa en el negocio.
3. Social Media Marketing.

UNIDAD 6. CREATIVIDAD INNOVADORA

1. Pensamiento creativo.
2. Fases de la creatividad.
3. Búsqueda de nuevas ideas.
4. Técnicas de creatividad.
5. Gestión creativa de conflictos.

PARTE 2. CREATIVIDAD PARA LA INNOVACIÓN

UNIDAD 1. PROCESO DE APLICACIÓN DE LA CREATIVIDAD A LA INNOVACIÓN

1. Introducción a la imaginación y creatividad
2. Concepto y aplicación de la creatividad
3. ¿Qué factores influyen para poder ser creativo?
4. Obstáculos a la creatividad
5. Beneficios de la creatividad
6. Etapas de la creatividad
7. Incentivos a la creatividad en la empresa

UNIDAD 2. LA TEORÍA DE RESTRICCIONES: TOC

1. Origen de TOC
2. Naturaleza y segmentos de la Teoría de Restricciones
3. Proceso de TOC
4. Tipología de recursos productivos
5. Las diferentes restricciones en la empresa
6. Metodología Drum, Buffer, Rope
7. Proceso para reforzar la organización
8. La consecución de objetivos

UNIDAD 3. TORMENTA DE IDEAS: BRAINSTORMING

1. La tormenta de ideas
2. Historial del Brainstorming
3. Generalidades del Brainstorming
4. La sesión de Brainstorming
5. Circunstancias y Consejos para la aplicación
6. Caso práctico

UNIDAD 4. MAPAS MENTALES

1. Origen de los Mapas mentales
2. Proceso de interpretación de los Mapas Mentales
3. Conceptualización y elaboración de Mapas Mentales
4. Tipología de Leyes
5. Beneficios del Sistema Lineal de toma de notas
6. los Mapas Mentales aplicados a la gestión de proyectos

UNIDAD 5. CONCEPTUALIZACIÓN Y APLICACIÓN DEL PENSAMIENTO LATERAL

1. Introducción
2. ¿Qué es el Pensamiento lateral?
3. Aplicación del pensamiento lateral
4. Pensamiento lateral: Prácticas y técnicas

UNIDAD 6. TÉCNICA DE LAS RELACIONES FORZADAS O ANALOGÍA

1. Aplicación de las analogías
2. Origen y naturaleza del término analogía
3. Tipología de las analogías
4. Fases del proceso de realización de analogías
5. Consejos para la aplicación

6. Caso de estudio
7. Inventos realizados mediante las analogías

UNIDAD 7. APLICACIÓN DE LA TÉCNICA DE SCAMPER

1. La innovación incremental: Uso de SCAMPER
2. Usos y proceso de la Técnica SCAMPER
3. Interrogantes de la checklist
4. Fases y ejemplificación de SCAMPER

UNIDAD 8. TÉCNICA DEL 6.3.5

1. Origen de la técnica 6.3.5
2. Naturaleza de la técnica 6.3.5
3. Aplicación de la técnica 6.3.5
4. Embalse de ideas: Think. Tank

PARTE 3. ACTITUD EMPRENDEDORA Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

UNIDAD 1. ACTITUD Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

1. Evaluación del potencial emprendedor.
    - Conocimientos.
    - Destrezas.
    - Actitudes.
    - Intereses y motivaciones.
2. Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa.
    - Variables comerciales y de marketing.
    - Variables propias.
    - Variables de la competencia.
3. Empoderamiento:
    - Concepto.
    - Desarrollo de capacidades personales para el emprendizaje.
    - La Red personal y social.

UNIDAD 2. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES E IDEAS DE PEQUEÑO NEGOCIO O MICROEMPRESA.

1. Identificación de oportunidades e ideas de negocio.
    - Necesidades y tendencias.
    - Fuentes de búsqueda.
    - La curiosidad como fuente de valor y búsqueda de oportunidades.
    - Técnicas de creatividad en la generación de ideas.
    - Los mapas mentales.
    - Técnica de Edward de Bono (Seis sombreros).
    - El pensamiento irradiante.
2. Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio.
    - Utilidad y limitaciones.
    - Estructura: Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades.
    - Elaboración del DAFO.
    - Interpretación del DAFO.
3. Análisis del entorno del pequeño negocio o microempresa.
    - Elección de las fuentes de información.

- La segmentación del mercado.
- La descentralización productiva como estrategia de racionalización.
- La externalización de servicios: Outsourcing.
- Clientes potenciales.
- Canales de distribución.
- Proveedores.
- Competencia.
- Barreras de entrada.

4. Análisis de decisiones previas.
    - Objetivos y metas.
    - Misión del negocio.
    - Los tramites administrativos: licencias, permisos, reglamentación y otros.
    - Visión del negocio.
5. Plan de acción.
    - Previsión de necesidades de inversión.
    - La diferenciación el producto.
    - Dificultad de acceso a canales de distribución: barreras invisibles.
    - Tipos de estructuras productivas: instalaciones y recursos materiales y humanos.