

UNIVERSIDAD DEL SAGRADO CORAZÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
EN EMPRESAS DE FAMILIA

PRONTUARIO

TÍTULO: Proyecto de formulación de soluciones

CODIFICACIÓN: MBA 715

PRERREQUISITOS: Todos los cursos

CRÉDITOS: Un (1) créditos, 15 horas contacto

DESCRIPCIÓN

Este curso completa la secuencia curricular de este programa graduado. Durante curso, el estudiante trabaja sobre un problema real identificado en alguna empresa de familia. A partir de una serie de talleres en *Neeuko*, el estudiante deberá producir soluciones innovadoras para el problema identificado, las cuales serán presentadas a los clientes o responsables de estas empresas. El proyecto incluirá proyecciones de resultados esperados según las soluciones a implantarse.

JUSTIFICACIÓN

La innovación requiere de metodologías de trabajo activas y en equipos que lleven a los resultados esperados.

COMPETENCIAS

Competencias Transversales

1. Investigación (Nivel 3)
2. Cuestionamiento crítico (Nivel 4)

OBJETIVOS

Al final del curso, los estudiantes estarán capacitados para:

1. Aplicar las metodologías de pensamiento de diseño e innovación en un caso real
2. Integrar el rol de los distintos componentes gerenciales
3. Identificar indicadores de éxito y sustentabilidad para las soluciones

CONTENIDO

- I. Taller Creativo de Herramientas de Pensamiento de Diseño #1: Mapeo: Compañía, Cliente y Mercados
 - a. Sintetizar el conocimiento
 1. Cuentos e historias
 2. Personas
 3. Escenarios
 4. Diagramas de afinidad
 5. Cambio de perspectivas
 6. Canvas de negocios y propuesta de valor
- II. Taller Creativo de Herramientas de Pensamiento de Diseño #2: Exploración: Investigación y Síntesis
 - a. Idear
 1. Tormenta de ideas y sus variaciones brainwriting y brainsketching
 2. Técnica de grupo nominal
 3. Diseño idealizado
- III. Taller Creativo de Herramientas de Pensamiento de Diseño #3: Ideando: Esbosos y Constructos
 - a. Prototipos
 1. Prototipos de baja fidelidad
 2. Prototipos de alta fidelidad
 3. Guiones gráficos
 4. Mapeo de la cadena de valor
- IV. Taller Creativo de Herramientas de Pensamiento de Diseño #4: Construyendo: Prototipando empatía, estética y funcionalidad
 - a. Validación
 1. Sesiones de comentarios de los usuarios
 2. Red de retroalimentación
 3. Pruebas de usabilidad
 4. Prueba dividida
 5. Métricas ejecutables
- V. Proyecto
 1. Resolución de un caso concreto utilizando el proceso de pensamiento de diseño

METODOLOGÍAS

Las experiencias de aprendizaje contenidas en el curso parten de referentes pedagógicos metódicos de *Project Based Learning* y los trabajos a desarrollarse se realizan mediante el trabajo colaborativo y el desarrollo de proyectos. El curso y laboratorio creativo estrecha la relación entre teoría y práctica desde el “*giro pedagógico*” donde se expone a la ejecución y experimentación del hacer, mientras se fomenta un entendimiento teórico de los conceptos, procesos y métodos. La evaluación del estudiante se realiza progresivamente a través de entregables por etapas diseñadas en función de la realización de un proyecto final. El proyecto final formará parte del portafolio del estudiante.

El curso y laboratorio creativo marca una transición de una educación bancaria a un aprendizaje del pensamiento creativo multidimensional liberador como parte de su introducción a un ambiente universitario basado en la innovación en una sociedad del conocimiento. El curso-laboratorio creativo es una experiencia que permite al estudiante conectar contextos; su educación universitaria, experiencias profesionales, la comunidad, la ciudad y la humanidad. El curso fomenta la creatividad con ejercicios que activan destrezas, y capacidades intelectuales y productivas; y la actividad motora mediante la fabricación de prototipos iniciales de sus ideas.

Para lograrlo introduce a los estudiantes a los conceptos teóricos y metodologías prácticas vinculados a la actividad creativa, el diseño y plataformas. Los estudiantes desarrollarán actividades educativas con el propósito de estimular su creatividad e innovación a través de ejemplos y ejercicios prácticos. Se trabajará en equipo para desarrollar ideas mediante el debate de ideas que sean potenciales innovaciones fomentando una colaboración, las relaciones interpersonales y sociales, las capacidades organizacionales, la gestión de consenso y negociación; todo esto con la ayuda de mentores y conferenciantes durante las horas contacto. Además, el curso-laboratorio creativo contará Coordinador(es) de *Núcleos Creativos*, una Mesa Interdisciplinaria de expertos, un consultor en Innovación/emprendimiento y un consultor en Diseño Multidimensional.

Conferencias, seminarios, talleres creativos, discusión de estudios de casos y publicaciones especializadas, visitas de campo, presentación de videos, trabajo en grupo, recursos cibernéticos.

EVALUACIÓN

Proyecto final

100%

REFERENCIAS

ÇİŇİ, M. A., GÜLEŞ, H. K., & ARICIOĞLU, M. A. (2018). Effect of the Stakeholder Salience Theory on Family Businesses Performance. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17(4), 1491–1506. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=sso&db=asn&AN=132072056&lang=es&site=ehost-live&custid=s5316525>

- Hernández-Perlino, F. (2017). Influencia de la responsabilidad social en el desempeño de las empresas familiares. *GCG: Revista de Globalización, Competitividad & Gobernabilidad*, 11(3), 58–73. <https://doi.org/10.3232/GCG.2017.V11.N3.03>
- Louise van Scheers, & Thea Visser. (2018). Can family business managers manage family business risks? *Management : Journal of Contemporary Management Issues*, Vol 23, Iss 1, Pp 123-137 (2018), (1), 123. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=sso&db=edsdoj&AN=edsdoj.78d63fe80b7488f92f2b70188d4e303&lang=es&site=ehost-live&custid=s5316525>
- Luan, C.-J., Chen, Y.-Y., Huang, H.-Y., & Wang, K.-S. (2017). CEO succession decision in family businesses – A corporate governance perspective. *Asia Pacific Management Review*. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.03.003>
- María de la Cruz Déniz Déniz, & Ma Katuska Cabrera Suárez. (2005). Corporate Social Responsibility and Family Business in Spain. *Journal of Business Ethics*, (1), 27. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=sso&db=edsjsr&AN=edsjsr.25123410&lang=es&site=ehost-live&custid=s5316525>
- Stenholm, P., Pukkinen, T., & Heinonen, J. (2016). Firm Growth in Family Businesses-The Role of Entrepreneurial Orientation and the Entrepreneurial Activity. *Journal of Small Business Management*, 54(2), 697–713. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12166>
- Tsai, F.-S., Lin, C.-H., Lin, J. L., Lu, I.-P., & Nugroho, A. (2018). Generational diversity, overconfidence and decision-making in family business: A knowledge heterogeneity perspective. *Asia Pacific Management Review*, 23, 53–59. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.02.001>
- Umirzakova, M., Mussayeva, G., Mukhanova, A., Berikbolova, U., & Smagulova, Z. (2016). Family Business as a Form of Entrepreneurship: International Experience and Features of Development. *International Journal of Economic Perspectives*, 10(3), 150–158. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=sso&db=bsu&AN=121660853&lang=es&site=ehost-live&custid=s5316525>
- Visintin, F., Pittino, D., & Minichilli, A. (2017). Financial performance and non-family CEO turnover in private family firms under different conditions of ownership and governance. *Corporate Governance: An International Review*, 25(5), 312. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=sso&db=edb&AN=125146125&lang=es&site=ehost-live&custid=s5316525>

REVISTAS ACADÉMICAS RELACIONADAS

- Journal of Contemporary Management Issues
- Business Issues Quarterly
- Journal of Business Ethics
- Journal of Small Business Management
- Academy of Management Journal
- Journal of Business Research
- Harvard Business Review
- Journal of Marketing

BIBLIOTECA

Las bases de datos electrónicas a las cuales la Biblioteca Madre María Teresa Guevara está suscrita, incluyen, **documentos, artículos de revistas y periódicos y otros recursos de información relacionados con los temas del curso**. Acceda a estos recursos a través del Portal o directo a la página de la Biblioteca.

Para utilizar las bases de datos siga los siguientes pasos:

Para **acceder desde o fuera de la Universidad del Sagrado Corazón:**

- escriba la dirección <http://biblioteca.sagrado.edu/> o a través de Mi.Sagrado
- en la caja de búsqueda escriba las palabras claves o el tema que interesa buscar
Verifique que al lado de la barra de búsqueda aparezca “Discovery” o “Discovery API”
- oprima el botón de buscar
- escriba su nombre de usuario y la contraseña
- recuerde utilizar los delimitadores que se encuentran a su mano izquierda para que pueda recuperar información específica de su tema. Ejemplo de algunos delimitadores, marcar texto completo, año o período de fecha que interesa, tipo de recursos y el idioma.

ACOMODO RAZONABLE

Todo estudiante que necesite servicios auxiliares o asistencia especial deberá solicitarlo al Decanato Asociado de Asuntos Estudiantiles al inicio del curso o tan pronto como adquiera conocimiento de los mismos, pero no más tarde de la tercera semana de clases.

HONRADEZ ACADÉMICA, FRAUDE Y PLAGIO

Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el curso, nota de F (*) en el curso: suspensión o expulsión según se establece en el

documento de Política de Honestidad Académica, número: DAEE 205-001 con fecha de efectividad de agosto 2005.

Derechos reservados USC

Junio 2018