

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA				
DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA				
TITULACIÓN: <b>LEINN-Grado en Liderazgo Emprendedor e Innovación</b>				
NOMBRE: <b>DESARROLLO DE PRODUCTO I</b>				
TIPO	Formación básica		Obligatoria	<b>X</b>
Optativa				
CRÉDITOS TOTALES (ECTS): <b>3 ECTS</b>				
CURSO : <b>1º</b>			CUATRIMESTRE: <b>2º</b>	
AREA DE CONOCIMIENTO: <b>Empresa</b>				
MÓDULO: <b>Liderazgo y gestión del conocimiento</b>				
MATERIA: <b>Desarrollo de producto</b>				
IDIOMA: <b>Inglés</b>				
DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA				
<p><b>1. OBJETIVO</b>                  Como primer paso debemos entender el proceso del conocimiento, sólo después de esto es posible entender que se puede ofrecer a través de nuestra red. Tenemos que poder entender además las ventajas del diálogo con nuestros clientes porque su resultado es la creación de valor. El objetivo es crear una relación de aprendizaje a lo largo de la vida con nuestro cliente.</p>				
<p><b>2. CONOCIMIENTOS PREVIOS</b>                  No se requieren.</p>				
<p><b>3. COMPETENCIAS</b>  <b>3.1 Competencias específicas</b>                  -El/la teapreneur entiende cómo se desarrollan las ofertas de manera conjunta con los clientes. Sabe establecer el precio de sus productos.                  -El/la teapreneur tiene los conocimientos y las habilidades para producir servicios basados en el conocimiento y la experiencia. Sabe describir su contenido a los clientes y a la gente que está dentro de la organización.                  -El/la teapreneur entiende el negocio del cliente y los retos utilizando varios métodos. Sabe cómo regenerar los productos existentes con la ayuda de la experiencia que ha obtenido con la producción, dotando a los productos del valor añadido fruto de la experiencia del usuario.</p>				
<p><b>4. METODOLOGÍA:</b>                  La metodología que emplearemos para abordar el curso se basa en las siguientes herramientas:                  - Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo                  - Realización de proyectos internos de la team company                  - Realización de proyectos con empresas reales                  - Lectura de libros y redacción de informes individuales                  - Asunción de posiciones de liderazgo en equipo y en proyectos                  - Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes                  - Tutoría grupal o individual y evaluación</p>				

#### **5. TEMARIO**

- EL DESARROLLO DEL PRODUCTO EN LA EMPRESA
- TEORIAS SOBRE DESARROLLO DEL PRODUCTO
- EL DESARROLLO DEL PRODUCTO DE MANERA CONJUNTA CON EL CLIENTE

#### **6. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN**

- Reframing business, when the map changes the landscape, Richard Normann (2001)
- Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval (Financial Times Prentice Hall Books), Jonathan Cagan and Craig M. Vogel (2001))
- Marketing for entrepreneurs, Crane (2010)
- Customers for life, Sewell

\* Los teampreneurs cuentan con la lista de libros (The art of Reading 2016/2017) de Mondragon Team Academy

#### **7. EVALUACIÓN**

Las actividades formativas que se desarrollarán a lo largo de las materias se evaluarán atendiendo a las competencias con indicadores específicos asignados que permitirán:

- Evaluar y acreditar el cumplimiento de los objetivos mínimos en cada asignatura a nivel de equipo. Esta valoración corresponderá como máximo al 70% de la nota final individual del alumno.
- Evaluar el desempeño específico del alumno en asignatura específica gracias a un proceso de evaluación 360º que se lleva a cabo semestralmente. Esta evaluación incorpora el input del resto de compañeros de la empresa (team company), sus clientes, profesores docentes y el tutor de la empresa (team company). Esta valoración corresponderá como mínimo a un 30% de la nota final individual.

Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso:

1. Los teampreneurs conocemos el proceso de desarrollo de producto (o elaboración de ofertas) a un nivel teórico.
2. Hemos empezado a crear ofertas de negocio de acuerdo al conocimiento teórico que hemos obtenidos de los libros leídos.
3. Hemos realizado al menos dos proyectos por persona para nuestros clientes.
4. Se ha celebrado una sesión de diálogo donde se ha trabajado en torno a algunos de los siguientes libros o de temas similares: "Marketing for entrepreneurs" de Grane o "Customers for life" de Sewell.