

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA					
DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA					
TITULACIÓN: LEINN-Grado en Liderazgo Emprendedor e Innovación					
NOMBRE: DESARROLLO DE PRODUCTO II					
TIPO	Formación básica		Obligatoria	X	Optativa
CRÉDITOS TOTALES (ECTS): 3 ECTS					
CURSO : 3º			CUATRIMESTRE: 2º		
AREA DE CONOCIMIENTO: Empresa					
MÓDULO: Liderazgo y gestión del conocimiento					
MATERIA: Desarrollo de producto					
IDIOMA: Inglés					
DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA					
<p>1. OBJETIVO 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>2. CONOCIMIENTOS PREVIOS Se deberá de haber cursado y superado Desarrollo de producto I</p>					
<p>3. COMPETENCIAS</p> <p>3.1 Competencias específicas</p> <p>-El/la teapreneur entiende cómo se desarrollan las ofertas de manera conjunta con los clientes. Sabe establecer el precio de sus productos.</p> <p>-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.</p> <p>-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>4. METODOLOGÍA:</p> <p>La metodología que emplearemos para abordar el curso se basa en las siguientes herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 					

5. TEMARIO

- LA ESTRATEGIA: PRODUCCIÓN DE SERVICIOS ESPECÍFICOS
- DESARROLLO DE UN MODELO BASADO EN CONOCIMIENTOS TEÓRICOS A LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS PRÁCTICOS
- DESARROLLO JUNTO CON EL CLIENTE DE UN MODELO BASADO EN CONOCIMIENTOS TEÓRICOS A LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS PRÁCTICOS
- EL PRODUCTO DE LA EMPRESA

6. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

- The Innovator's Dilemma: The Revolutionary Book that Will Change the Way You Do Business (Collins Business Essentials), Clayton M. Christensen (2003)
- Rethinking the Future: Rethinking Business, Principles, Competition, Control & Complexity, Leadership, Markets, and the World, Rowan Gibson (1999)
- Customer loyalty, Etherington Robinson (2006)
- The new rules of marketing, Scott (2010)
- Advanced selling strategies, Tracy (1995)
- Social marketing, Lee Kotler (2008)

* 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. Entendemos el diálogo con los clientes y el significado del proceso de desarrollo de producto, tenemos algunas herramientas que ayudan en este proceso.
2. Los teampreneurs sabemos cómo utilizar la capacidad de desarrollo de ofertas en la red de Mondragon Team Academy. Nos basamos en ello para el desarrollo de ofertas de valor para nuestros clientes.
3. Los teampreneurs hemos sido capaces de co-crear con nuestros clientes. Tenemos algunos ejemplos de proyectos como resultado de éste proceso.
4. Los teampreneurs hemos desarrollado por lo menos siete proyectos por persona para nuestros clientes, desde el inicio.
5. 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 o "Advanced Selling Strategies" de Tracey o "Social Marketing" de Kotler y Lee.