



Mejora de la competitividad a través de la innovación de productos y servicios

I-07

DIRIGIDO A

Directores, técnicos, profesionales y responsables de I+D+i, vigilancia tecnológica, marketing o estrategia de negocio; tecnólogos, jefes de producto y cualquier profesional implicado en la innovación y lanzamiento de nuevos productos y servicios o en la mejora de la capacidad de comercialización o distribución.

OBJETIVO

- Adquirir los conocimientos clave que permitan mejorar nuestra capacidad de innovación de productos y servicios y de su comercialización y distribución
- Aplicar las técnicas y herramientas que nos ayuden a mejorar nuestra capacidad creativa, el proceso de vigilancia tecnológica y competitiva y la introducción eficaz de nuevos productos y servicios en el mercado

CONTENIDO

- Definición de la estrategia, política y objetivos de I+D+i. Identificación de los "Factores Críticos de Éxito" (FCE) de innovación. Cómo evaluar nuestra capacidad de innovación. Diagnóstico del perfil de empresa y de innovación. Definición de la agenda de innovación. Los proyectos SMART de innovación
- Definición del mapa de procesos de innovación. Diagramas SIPOC+Q. Swim Lane, mapa nivel cero de innovación. Cómo identificar procesos críticos de I+D+i. Cómo identificar procesos que aportan valor y competitividad y actualmente no llevamos a cabo
- Fuentes de información en la innovación de productos y servicios. Identificación y definición de los factores críticos de vigilancia, diseño del proceso de vigilancia tecnológica y competitiva. Análisis de resultados de la vigilancia tecnológica. Definición de planes de actuación
- Generación y gestión de ideas. Evaluación del valor. Selección de ideas. Diseño del plan de materialización
- Técnicas de innovación orientadas a la concepción y diseño de nuevos productos y servicios. Insights de clientes. Técnicas de exploración y demandas latentes de clientes (incidente crítico, observación participante, relatos de vida, script de empleado). Despliegue funcional de calidad (QFD). Blueprint. Técnicas de resolución de problemas: 8 Disciplinas
- Análisis empresarial del nuevo producto o servicio. Evaluación económica y de factibilidad del nuevo producto o servicio. Test de concepto, producto y mercado
- Cuadro de mando de innovación de productos o servicios. Cómo enfocar las métricas de los objetivos a la política y estrategia de innovación. Cómo enfocar las métricas de los procesos a la mejora de la capacidad de innovación
- Casos prácticos
 - Cómo definir la estrategia de innovación en producto o servicio
 - Cómo definir el mapa de procesos de innovación
 - Cómo evaluar nuestra capacidad de innovación en producto o servicio
 - Aprender a desarrollar un proyecto de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva
 - Saber cómo definir el protocolo de actuación para generar y filtrar ideas novedosas
 - Aprender a explorar las demandas latentes y expectativas de los clientes como fuente de información para la innovación en productos y servicios
 - Conocer cómo pasar de la idea a la definición del concepto de producto o servicio
 - El cuadro de mando de innovación



COLABORA : QuercusIDI



ADEMÁS...

El alumno recibirá sin coste adicional:

- La Norma UNE 166002:2006 *Gestión de la I+D+i. Requisitos del Sistema de Gestión de la I+D+i*

CALENDARIO Y PRECIOS

I-07

2 días - 14 horas. 1.º día de 10:00 a 18:30;
2.º día de 09:00 a 18:15.

Lugar	Fechas de impartición
Madrid	21 - 22 / marzo / 11
Madrid	26 - 27 / octubre / 11
Bilbao	09 - 10 / noviembre / 11

Importe

825 € + 18% IVA

Miembros de AENOR 10% descuento.
Este coste incluye la documentación del alumno, los cafés, almuerzos y certificado.