



InnCommerce

2016-1-UK01-KA202-024348

Formación Gamificada para la Comercialización Exitosa de la Innovación en PYMES Jóvenes

EL CURRÍCULUM INNCOMMERCE

VERSIÓN 2.0 – 16/05/2018

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de los contenidos, los cuales reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí contenida.



Erasmus+

Contenidos:

1 Introducción al Curso	3
2 Objetivos de aprendizaje del Curso Formativo de Inn-Commerce	4
3 Metodología del curso	4
4 Estructura del Curso – Bloques y Módulos del Contenido de Aprendizaje	6
5 Actividades de aprendizaje para una formación autodidáctica o guiada por un formador	8
Anexo 1. Programa	10

1 Introducción al Curso

La comercialización de la innovación se está convirtiendo en un problema urgente. Según la última encuesta de Innobarometer (2015), se confirma que las PYMEs europeas tienen dificultades para llevar productos y/o servicios innovadores al mercado. También identifica que las pequeñas y medianas empresas se enfrentan a más restricciones que las empresas más grandes a la hora de llevar a cabo la comercialización de sus innovaciones. La falta de experiencia en el campo del marketing ha sido un problema a la hora de comercializar innovaciones para el 39% de las PYMES, en comparación con el 23% de las empresas grandes. Entre las PYMES, las empresas jóvenes (0-5 años) tienen el mayor potencial de innovación, crecimiento y creación de empleo (DynEmp, OCDE). Al mismo tiempo, las PYMES jóvenes representan el grupo más vulnerable debido a:

1. Una elevada tasa de fallo/baja tasa de supervivencia - en la mayoría de los Estados miembros de la UE sólo entre el 40% y el 60% de las empresas nacidas en 2008 sobrevivieron hasta 2012;
2. Una escasez de habilidades relacionadas con la planificación y la gestión del proceso de innovación y la introducción de ideas innovadoras en el mercado (Informe anual sobre las PYMEs europeas 2014/2015).

El curso de formación de Inn-Commerce aborda los problemas de planificación y gestión de la comercialización de la innovación. Su objetivo es ayudar a las PYMEs jóvenes a mejorar sus conocimientos, habilidades y competencias en la comercialización de productos y servicios innovadores, aumentando así las posibilidades de una comercialización exitosa de la innovación. El plan de estudios (currículum) y el contenido de formación están diseñados específicamente para las necesidades de las PYMEs jóvenes. El desarrollo del curso de formación de Inn-Commerce se basa en una revisión de la literatura, encuestas entre jóvenes PYMES y proveedores de C-VET, y un estudio comparativo de programas C-VET existentes. El consorcio del proyecto transnacional formado por socios del Reino Unido, Finlandia, España, Bulgaria, Polonia y Hungría garantiza que el curso de formación es aplicable en toda Europa y aborda los desafíos a los que se enfrentan las PYMEs jóvenes en la comercialización de productos y servicios innovadores.

El curso de formación cubre temas que las PYMES jóvenes consideran críticos y desafiantes en la comercialización de la innovación. El curso aplica aquellos métodos de capacitación que las PYMES jóvenes consideran más preferibles, como el e-learning y los ejercicios gamificados. El curso de formación de Inn-Commerce está disponible en la plataforma Moodle, que ofrece un acceso abierto independiente del momento y del lugar. El curso online permite llegar a un público objetivo más amplio permitiendo involucrar a aquellos potenciales alumnos que tienen dificultades para asistir a cursos formativos en aula porque están geográficamente dispersos con un tiempo limitado y / o escasos recursos para viajar.

El grupo objetivo

El curso de formación Inn-Commerce está dirigido a PYMEs jóvenes que han estado activas durante 1-5 años - sus propietarios, gerentes y empleados involucrados en el proceso de

innovación y responsables de la comercialización de productos y servicios innovadores. Además, proporciona pautas a los proveedores de formación vocacional continua (C-VET) para ejecutar esta formación.

Idioma

Búlgaro, Ingles, Finlandés, Húngaro, Polaco y Español.

2 Objetivos de aprendizaje del Curso Formativo de Inn-Commerce

El curso de formación de Inn-Commerce tiene como objetivo aumentar el conocimiento, las habilidades y las competencias de las PYMEs jóvenes en la comercialización de productos y servicios innovadores. Al finalizar el curso, los alumnos habrán:

1. adquirido conocimiento de hechos, principios, procesos y conceptos generales, en un campo de comercialización de la innovación;
2. obtenido una gama de habilidades cognitivas y prácticas relacionadas con el proceso de comercialización y la resolución de problemas seleccionando y aplicando métodos básicos, herramientas, materiales e información;
3. desarrollado competencias mejoradas en la planificación y gestión del proceso de comercialización exitoso.

3 Metodología del curso

El curso de formación de Inn-Commerce está basado en cuatro enfoques metodológicos:

Alineación Constructiva

La principal base teórica del diseño curricular de Inn-Commerce proviene del modelo de alineación constructiva de Biggs, que puede definirse como "un enfoque de la enseñanza basado en resultados en el que se definen los resultados de aprendizaje que los estudiantes deben alcanzar antes de impartir la formación". "(Biggs, 2014: 5). El marco operativo para este marco de formación se basa en tres áreas clave (cf. ibid 8):

1. *resultados de aprendizaje previstos* (ILO), que definen los objetivos que el alumno debe aprender durante cada módulo,
2. *actividades de enseñanza / aprendizaje* (TLA), que describen lo que el alumno hace para aprender,
3. *tareas de evaluación* (AT), que evalúan cómo de bien los estudiantes alcanzan los resultados de aprendizaje. Esto se hará a través de ejercicios gamificados y un examen final. El curso de Inn-Commerce se calificará en base a aprobado/no aprobado. Se aprobará con éxito, si más del 50% de las respuestas del examen final son correctas.

Aprendizaje basado en competencias

El curso de formación de Inn-Commerce, en su conjunto, usa conceptos más amplios que se expresan como conocimiento, habilidades y competencias que deben desarrollarse. El conocimiento, las habilidades y las competencias deseadas se obtienen a través de las actividades de aprendizaje. Dentro del marco EQF, el objetivo del curso Inn-Commerce es ubicarse en el nivel 3¹. Los siguientes resultados de aprendizaje expresan lo que los alumnos deberían saber, comprender y ser capaces de hacer al final de un proceso de aprendizaje en este nivel:

- *Conocimiento*: Conocimiento de hechos, principios, procesos y conceptos generales, en un campo de trabajo o estudio.
- *Habilidades*: Una gama de habilidades cognitivas y prácticas necesarias para realizar tareas y resolver problemas seleccionando y aplicando métodos básicos, herramientas, materiales e información.
- *Competencia*: Asumir la responsabilidad de completar las tareas en el trabajo o estudio; adaptar el comportamiento propio a las circunstancias para resolver problemas.

El desarrollo curricular de Inn-Commerce adopta un proceso similar al que se ha utilizado en la conversión de calificaciones al Sistema ECVET. Este proceso está disponible, por ejemplo, en el Manual para la conversión de calificaciones en el Sistema ECVET, y se basa en el siguiente proceso: Identificar competencias → Identificar / proponer Nivel → Establecer objetivos del

¹ <http://ec.europa.eu/ploteus/content/descriptors-page>

curso → Establecer objetivos de aprendizaje → Conocimiento, Habilidades, Competencias → Establecer las Horas de contacto con las actividades de aprendizaje → Establecer la evaluación del aprendizaje.²

Orientación práctica

La estructura del curso de formación de Inn-Commerce se basa en tres fases principales del proceso de comercialización de la innovación: exploración, desarrollo y explotación. El material del curso incluye información práctica sobre estas diferentes fases y sus actividades clave. De esta manera, la formación busca proporcionar una comprensión holística y práctica del tema a las PYMEs jóvenes. Durante el curso, los participantes aprenderán a aplicar diferentes tipos de herramientas prácticas y métodos para analizar y evaluar su propio entorno empresarial.

Gamificación

El curso de formación online de Inn-Commerce se basa en las competencias desarrolladas al realizar los ejercicios gamificados y otras actividades de aprendizaje en la plataforma Moodle. La plataforma de e-learning se ha creado como un sistema de aprendizaje gamificado, que aplica elementos del juego y técnicas de diseño de juegos al contexto no lúdico de la formación continua. Esto ayudará a promover la motivación intrínseca de los alumnos para participar en la capacitación y así para lograr sus objetivos. Los materiales de aprendizaje complementados con ejercicios en forma de juego fomentarán el pensamiento creativo y ayudarán a los alumnos a aplicarlo al contexto empresarial de la vida real. La plataforma de e-learning de Inn-Commerce representa un entorno de aprendizaje innovador que ofrece una oportunidad para que las personas aprendan en cualquier momento y en cualquier lugar. También proporciona un recurso educativo abierto para garantizar un mejor aprendizaje de las PYMEs jóvenes relacionadas con la comercialización de la innovación.

4 Estructura del Curso – Bloques y Módulos del Contenido de Aprendizaje

La estructura del curso de formación de Inn-Commerce se ha desarrollado sobre los principios del enfoque modular, lo que sugiere que cada módulo representa una unidad de aprendizaje separada y completa que conduce a resultados específicos. El enfoque modular hará que la formación de Inn-Commerce sea más flexible, ya que proporcionará vías de aprendizaje personalizadas que atenderán las necesidades de los alumnos. El curso de formación de Inn-Commerce consta de cuatro bloques de aprendizaje y 10 módulos. El bloque 0 proporciona una introducción a la comercialización de la innovación y al proceso de innovación (módulo 1). Los bloques de aprendizaje I-III representan diferentes fases del proceso de comercialización de la innovación, a saber, exploración, desarrollo y explotación, y los

² <http://eupa.org.mt/wp-content/uploads/2015/07/ECVET-Conversion-Manual.pdf>

módulos 2-10 definen las actividades clave que se incluyen en dichas fases. El bloque I se concentra en herramientas analíticas necesarias en la fase de exploración (módulos 2-3), el bloque II describe las actividades necesarias en la fase de desarrollo (módulos 4-6), mientras que el bloque III descubre aquellas actividades relacionadas con la fase de explotación (módulos 7-10). La estructura general del curso de formación Inn-Commerce se presenta en la figura 1.

La información más detallada sobre cada módulo se describe en el Anexo 1 Programa, que incluye una descripción del módulo, los resultados de aprendizaje previstos, las actividades de aprendizaje y la duración estimada.

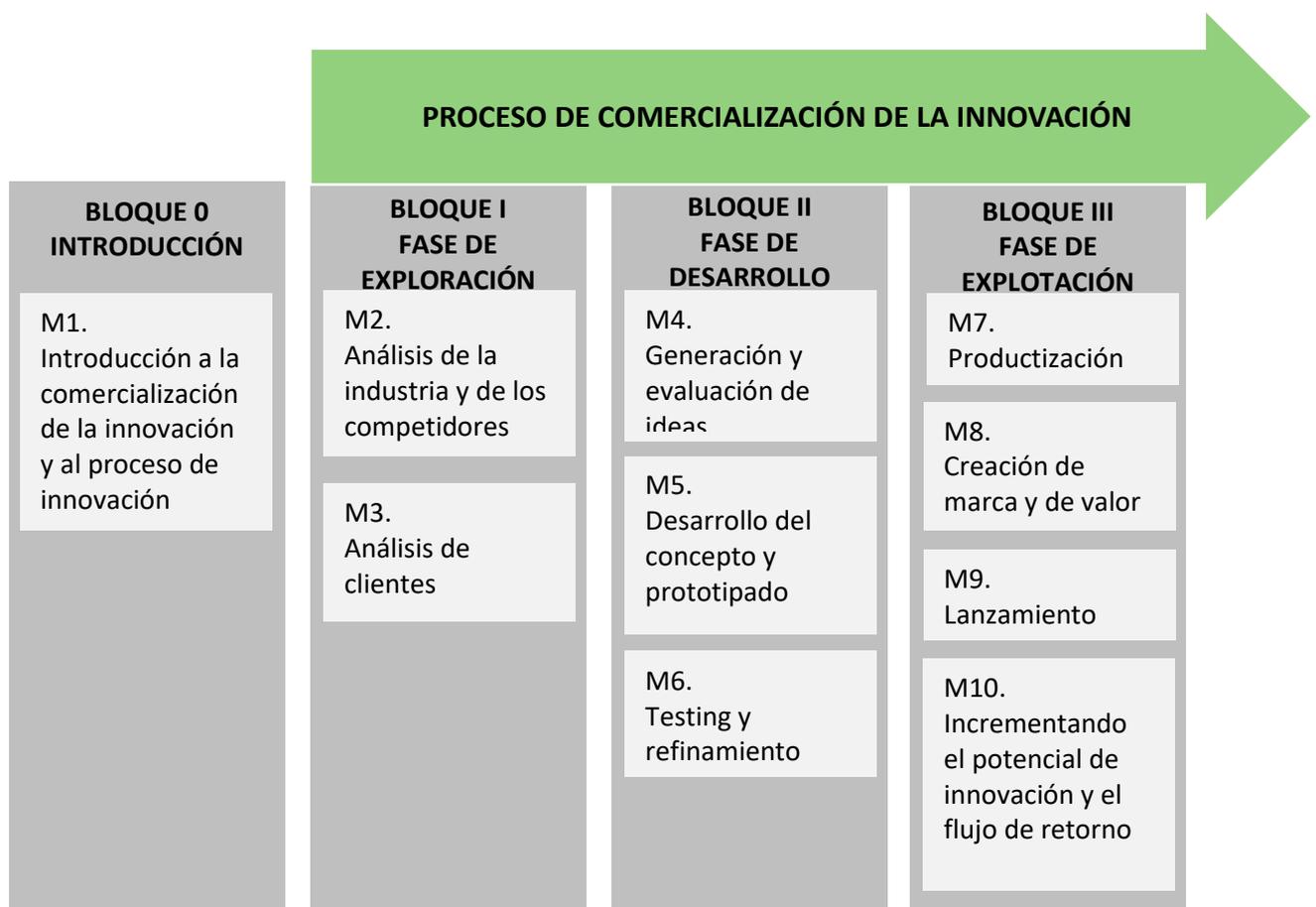


Figura 1. Estructura del curso de formación de Inn-Commerce

5 Actividades de aprendizaje para una formación autodidáctica o guiada por un formador

La formación de Inn-Commerce se puede realizar a través de una formación autodidáctica o guiada por un formador.

Formación autodidáctica

La formación de Inn-Commerce se planificó como una oportunidad continua de capacitación para los trabajadores: los propietarios, gerentes y empleados de las pequeñas y medianas empresas. Ha sido diseñada de una manera que permite el aprendizaje en el lugar de trabajo con el único requisito previo de disponer de un ordenador portátil o un ordenador conectado a Internet. Todos los materiales de formación están disponibles de modo abierto después de realizar un registro gratuito en la plataforma de e-learning de Inn-Commerce.

Método(s) de formación	El aprendizaje a ritmo propio se lleva a cabo individualmente online. El alumno sigue la estructura del curso y las instrucciones para realizar los módulos y las actividades de aprendizaje cuando y donde sea más apropiado para él / ella.
Actividades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Programa (obligatorio) • Video de presentación (obligatorio) • Lectura (obligatorio) • 4 ejercicios (obligatorio) • Videos adicionales (opcional) • Lecturas adicionales (opcional) • Examen final (obligatorio)
Duración estimada	El tiempo estimado para completar un módulo es de 2 horas. El alumno puede realizarlo a su propio ritmo, lo que prolonga o acorta el tiempo de aprendizaje. El material de formación adicional también prolonga el tiempo utilizado. Con un promedio de 2 módulos por semana, completar el curso lleva 5 semanas.
Evaluación	Evaluación en línea en forma de ejercicios gamificados y un examen final. El curso se clasificará con un aprobado / no aprobado. Se aprobará si más del 50% de las respuestas del examen final son correctas.

Formación guiada por un formador

La formación guiada por un formador se puede organizar internamente en la PYME, donde un formador puede ser invitado o los alumnos pueden participar en una formación organizada externamente por otra organización, por ejemplo, un proveedor de capacitación continua o

una institución de educación superior. El beneficio de la formación guiada es que los alumnos obtienen retroalimentación y pueden reflexionar más sobre las tareas y los ejercicios. El segundo beneficio es que proporciona más oportunidades para la evaluación del aprendizaje, y puede brindar oportunidades para trabajar en los desafíos de la propia empresa.

Método(s) de formación	<p>En la formación guiada por un formador el alumno sigue la estructura del curso y las instrucciones proporcionadas por el formador: el formador establece los métodos de capacitación que incluyen el tiempo, la ubicación y las actividades de aprendizaje. El aprendizaje guiado por el instructor tiene dos formas de entrega:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. totalmente online, donde el formador puede facilitar el aprendizaje a través de Moodle; 2. formación combinada con reuniones cara a cara y aprendizaje en línea.
Actividades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Programa (obligatorio) • Video de presentación (obligatorio) • Lectura (obligatorio) • 4 ejercicios (obligatorio) • Videos adicionales (opcional) • Lecturas adicionales (opcional) • Examen final (obligatorio) • Cualquier material y actividades adicionales proporcionadas por el formador como tutorías, workshops, webinars, lecturas/seminarios, diario de formación y trabajos escritos (opcional)
Duración estimada	<p>El tiempo estimado para completar un módulo es de 2 horas. El material de formación adicional prolonga el tiempo utilizado. Con un promedio de 2 módulos por semana, completar el curso lleva 5 semanas. Sin embargo, según el formador y los objetivos de la formación y los alumnos, el tiempo de formación puede organizarse de forma diferente.</p>
Evaluación	<p>La formación guiada por un formador tiene dos alternativas diferentes para la evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación online en forma de ejercicios gamificados y un examen final. El curso se clasificará con un aprobado / no aprobado. Se aprobará si más del 50% de las respuestas del examen final son correctas. • La evaluación basada en el formador puede adaptarse a los criterios de la organización y el país.

Anexo 1. Programa

Módulo 1. Introducción a la comercialización de la innovación y al proceso de innovación	
Descripción del módulo	El módulo 1 presenta una introducción a la comercialización de productos y servicios innovadores. Explica los conceptos de comercialización e innovación, así como responde a las preguntas de "¿Cuáles son los beneficios de la comercialización de la innovación?" y "¿Cuáles son los obstáculos y los factores de éxito de la comercialización?". El módulo también explica los conceptos de innovación abierta y cerrada, así como cuáles son las fuentes de innovación y cómo se estructuran los procesos de innovación y comercialización.
Resultados de aprendizaje previstos	Al finalizar este módulo deberías ser capaz de: <ul style="list-style-type: none"> • comprender y explicar el significado de la innovación y su vinculación con la comercialización • utilizar y aplicar los conceptos de comercialización en la innovación • comprender y explicar el significado de la comercialización de la innovación y la importancia y los beneficios de la comercialización • describir los pasos críticos del éxito del proceso de comercialización • identificar y evaluar los desafíos con los que las PYMEs jóvenes se pueden enfrentar con respecto a la comercialización de innovaciones
Actividades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • ver 3 video presentación y 5 videos adicionales • explorar los materiales de lectura: 1 obligatorio y 8 opcionales • hacer 4 ejercicios
Duración estimada	La carga de trabajo total es de 2 horas, incluyendo: <ul style="list-style-type: none"> • 30 minutos para ver vídeos

	<ul style="list-style-type: none"> • 80 minutos para explorar el material de lectura obligatorio • 10 minutos de ejercicios
--	---

Módulo 2. Análisis de la industria y los competidores

Descripción del módulo	El módulo 2 se centra en explorar y comprender la industria y los competidores. Explica el concepto y las prácticas para analizar la industria y saber las tendencias en la industria. También explica cuál es el atractivo de la industria, las nuevas y potenciales direcciones por las que va la industria y las contribuciones que la industria, incluyendo la fabricación, puede proporcionar a los productos y servicios. Por otro lado, este módulo investiga también a los competidores. El módulo proporciona información para identificar fortalezas y debilidades de sus productos o servicios actuales en comparación con los competidores.
Resultados de aprendizaje previstos	Al finalizar este módulo deberías ser capaz de: <ul style="list-style-type: none"> • clasificar las fuerzas más importantes y las tendencias medioambientales que afectan a tu industria • evaluar el nivel de competencia y el atractivo de tu industria y determinar cómo de bien tu empresa puede competir en el mercado • comprender cómo la tecnología y la fabricación pueden dirigir la innovación; la innovación centrada en la fabricación (entender la diferencia entre el fabricante y la innovación centrada en el usuario) • identificar las fortalezas y debilidades de tus productos o servicios actuales en comparación con competidores similares, así como amenazas y oportunidades en tu industria
Actividades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • ver 3 video presentación y 4 videos adicionales • explorar los materiales de lectura: 1 obligatorio y 3 opcionales

	<ul style="list-style-type: none"> • hacer 4 ejercicios
Duración estimada	<p>La carga de trabajo total es de 1 hora y 40 minutos, incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 30 minutos para ver vídeos • 60 minutos para explorar el material de lectura obligatorio • 10 minutos para los ejercicios (max. 5 min. por ejercicio)

Module 3. Análisis del clientes	
Descripción del módulo	<p>El módulo 3 se centra en el análisis de mercados y clientes/usuarios. Se observa cómo la voz del cliente/usuario orienta la innovación y promueve nuevas ideas, cómo definir y perfilar diferentes grupos de clientes y segmentos de mercado, cómo identificar necesidades específicas de los clientes/usuarios y cómo crear estrategias de posicionamiento que informen de los beneficios relevantes del producto o servicio para los grupos de interés.</p>
Resultados de aprendizaje previstos	<p>Al finalizar este módulo deberías ser capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • describir y perfilar diferentes grupos de clientes: ej. Segmentos de mercado objetivo. • identificar necesidades específicas de clientes actuales y posibles clientes futuros. • entender cómo la voz del cliente orienta la innovación y nuevos productos y servicios y es por tanto una fuente de innovación de mercado (entender la diferencia entre fabricante e innovación centrada en el usuario). • desarrollar estrategias de posicionamiento que informen de los beneficios de un único producto o servicio que sean relevantes para los grupos de interés.
Actividades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • ver 4 video presentación y 3 videos adicionales

	<ul style="list-style-type: none"> • explorar los materiales de lectura: 1 obligatorio y 2 opcionales • hacer 4 ejercicios
Duración estimada	<p>La carga de trabajo total es de 2 horas y 20 minutos, incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 40 minutos para ver vídeos • 1,5 horas para explorar el material de lectura obligatorio • 10 minutos de ejercicios (max. 5 min. por ejercicio)

Módulo 4. Generación y evaluación de ideas

Descripción del módulo	<p>El módulo 4 proporciona información sobre la fase de ideación: creación y evaluación. Se centra en temas tales como, los principios de ideación y evaluación, quién participa en el proceso, cuáles son los métodos, si los clientes y otras partes interesadas pueden formar parte de la generación y evaluación de ideas y, en caso afirmativo, cómo y cuáles son los beneficios y cómo proceder en las siguientes fases. Estos procesos incluyen estructurar el propósito de la ideación.</p>
Resultados de aprendizaje previstos	<p>Al finalizar este módulo deberías ser capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • comprender y describir los principios de la generación de ideas y dónde, por qué y cómo utilizarlos y los principios y procesos de evaluación y selección de ideas • desarrollar múltiples ideas para un propósito definido • identificar y ser capaz de evaluar, seleccionar y organizar ideas • describir y justificar las ideas seleccionadas
Actividades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • ver 3 video presentación y 5 videos adicionales • explorar los materiales de lectura: 1 obligatorio y 7 opcionales • hacer 4 ejercicios
Duración estimada	<p>La carga de trabajo total es de 2 horas, incluyendo:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • 30 minutos para ver vídeos • 80 minutos para explorar el material de lectura obligatorio • 10 minutos de ejercicios
--	---

Módulo 5. Desarrollo de conceptos y prototipado	
Descripción del módulo	El módulo 5 arroja luz sobre los conceptos clave, principios y métodos de desarrollo de conceptos y prototipado. Se examinan diferentes maneras de aplicar el concepto de diseño en el desarrollo de productos y servicios, y se proporciona una respuesta a las preguntas de "cómo desarrollar y seleccionar conceptos", "cómo cooperar con", y "¿cuáles son las formas alternativas no tradicionales para prototipar y desarrollar conceptos".
Resultados de aprendizaje previstos	Al finalizar este módulo deberías ser capaz de: <ul style="list-style-type: none"> • comprender y explicar el significado de concepto y prototipos en el proceso de desarrollo y comercialización de la innovación • comprender el proceso de transición desde la generación de ideas hasta una descripción verbal o visual más detallada del producto y la construcción de un prototipo • comprender la importancia y el papel del concepto de diseño en las actividades de desarrollo.
Actividades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • ver 4 video presentación y 5 videos adicionales • explorar los materiales de lectura: 1 obligatorio y 9 opcionales • hacer 4 ejercicios
Duración estimada	La carga de trabajo total es de 3 horas y 30 minutos, incluyendo: <ul style="list-style-type: none"> • 40 minutos para ver vídeos • 10 minutos para explorar el material de lectura y 2 horas y 30 minutos para el material de lectura opcional.

	<ul style="list-style-type: none"> • 10 minutos de ejercicios
--	--

Módulo 6. Pruebas y refinamiento	
Descripción del módulo	El módulo 6 - Pruebas y refinamiento – explica las pruebas de usuario y de mercado y proporciona información sobre sus diferencias, qué métodos y herramientas pueden ser utilizadas, quién debe participar y cómo, por ejemplo, los usuarios y cuáles son las dimensiones nacionales e internacionales y culturales afectadas en las pruebas. Proporciona información sobre cuál es el propósito de ambas pruebas y cómo utilizar los resultados de las pruebas en el refinamiento de los productos y para otros fines de explotación, por ejemplo, para la marca y las ideas para el lanzamiento al mercado. También informa sobre cualquier necesidad de iteración como parte del refinamiento.
Resultados de aprendizaje previstos	Al finalizar este módulo deberías ser capaz de: <ul style="list-style-type: none"> • describir el proceso, los principios y las pruebas del usuario y del mercado y las diferencias entre los dos • entender cuándo y cómo usar pruebas de usuario y/o pruebas de mercado • desarrollar las pruebas e identificar herramientas y métodos a utilizar y los participantes a nivel nacional e internacional • entender cómo utilizar los resultados de las pruebas de usuario y las pruebas de mercado para la parte de refinamiento y los siguientes pasos del proceso, y si los procesos de iteración son necesarios.
Actividades de aprendizaje	Auto-estudio en la plataforma Moodle a través de presentaciones con audio, videos educativos y textos, ejercicios sobre las pruebas de usuario y pruebas de mercado a nivel nacional e internacional, refinamiento y resultados de pruebas. <ul style="list-style-type: none"> • ver 4 video presentación y 2 video adicional • explorar los materiales de lectura: 1 obligatorio y 2 opcional • hacer 4 ejercicios
Duración estimada	La carga de trabajo total es de 3 horas y 10 minutos, incluyendo: <ul style="list-style-type: none"> • 90 minutos para ver vídeos

	<ul style="list-style-type: none"> • 90 minutos para explorar el material de lectura obligatorio • 10 minutos de ejercicios
--	---

Module 7. Productización	
Descripción del módulo	<p>El módulo 7 se centra en la finalización del producto para los mercados. Proporciona una visión general del proceso de producción y de los factores que influyen en él, incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es la productización, cuáles son sus beneficios y qué se puede productizar? • La estandarización y/o aplicación contextual de un producto o servicio • Proceso de productización desde la estrategia hasta cuestiones legales, implementación, medición y seguimiento • Clientes y productización • Herramientas para productización
Resultados de aprendizaje previstos	<p>Al finalizar este módulo deberías ser capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir y comprender el proceso de productización • Comprender los factores que influyen en la productización • Comprender el papel de los clientes en la productización • Identificar elementos de productización para aplicarlos en la práctica en entornos estandarizados y adaptados a la estrategia de la empresa, y utilizando herramientas esenciales para la producción
Actividades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • ver 4 video presentación y 2 videos adicionales • explorar los materiales de lectura: 1 obligatorio y 9 opcionales • hacer 4 ejercicios
Duración estimada	La carga de trabajo total es de 2 horas incluyendo:

	<ul style="list-style-type: none"> • 57 minutos para ver vídeos • 10 minutos para explorar el material de lectura obligatorio • 10 minutos de ejercicios • 43 minutos para los videos y las lecturas opcionales
--	---

Módulo 8. Creación de marca y creación de valor

Descripción del módulo	El módulo 8 explica la marca y cómo se agrega valor al producto/servicio, a la compañía y a los clientes. Se centra en los elementos generales de la marca, cómo crear y mantener una marca, las dimensiones de la marca, la diversificación de la marca a los diferentes mercados, la creación de valor de marca y el impacto de la marca en la decisión de compra y en las preferencias del cliente y su lealtad y el significado de la marca para la organización.
Resultados de aprendizaje previstos	Al finalizar este módulo deberías ser capaz de: <ul style="list-style-type: none"> • Comprender el valor de la marca y la relevancia de una buena creación de marca. • Evaluar el valor de la Intención de Compra del Consumidor, incl. la toma de decisiones de los clientes • Entender las estructuras habilitadoras de valor, p.e. innovación del modelo de negocio y procesos de ingresos • Identificar los beneficios del valor de marca. • Subestimar el valor de los requisitos del cliente/fidelización de clientes
Actividades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • ver 4 video presentación y 3 videos adicionales • explorar los materiales de lectura: 1 obligatorio y 6 opcional • hacer 4 ejercicios
Duración estimada	La carga de trabajo total es de 3,33 horas, incluyendo:

	<ul style="list-style-type: none"> • 150 minutos para ver vídeos • 40 minutos para explorar el material de lectura obligatorio • 10 minutos de ejercicios
--	--

Módulo 9. Lanzamiento	
Descripción del módulo	El módulo 9 se centra en las actividades de lanzamiento. Abarca los elementos e instrumentos del marketing mixto, los canales de distribución de la distribución tradicional a la comercialización online, el comercio electrónico, el uso de los medios de comunicación social y las tecnologías web modernas, los métodos de comercialización alternativa, y también la planificación y preparación del marketing y el lanzamiento de planes de ejecución, actividades de seguimiento del lanzamiento y actividades de preparación para la fase siguiente.
Resultados de aprendizaje previstos	Al finalizar este módulo deberías ser capaz de: <ul style="list-style-type: none"> • describir y comprender los elementos de lanzamiento desde el marketing mixto, marketing online, hasta el plan de mercado y lanzamiento y las actividades de seguimiento • saber cómo presentar tu producto o servicio innovador en un mercado por primera vez • aplicar instrumentos de marketing para lanzar tu innovación • entender cómo un comprador adopta y se relaciona con nuevos productos o tecnologías en el tiempo
Actividades de aprendizaje	Auto-estudio en la plataforma Moodle a través de presentaciones con audio, videos educativos y textos, ejercicios de 4Ps marketing mixto y otros ejercicios: <ul style="list-style-type: none"> • ver 4 video presentación y 3 videos adicionales • explorar los materiales de lectura: 1 obligatorio y 2 opcional

	<ul style="list-style-type: none"> • hacer 4 ejercicios
Duración estimada	<p>La carga de trabajo total es de 3 horas y 15 minutos, incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 90 minutos para ver vídeos • 90 minutos para explorar el material de lectura obligatorio • 15 minutos de ejercicios

Módulo 10. Aumentar el potencial de innovación y los flujos de ingresos

Descripción del módulo	El módulo 10 estudia los aspectos financieros de la comercialización de la innovación: aspectos de los ingresos financieros, retorno de la inversión (innovación), fuentes y flujos de ingresos y cómo aumentar los ingresos de las innovaciones.
Resultados de aprendizaje previstos	<p>Al finalizar este módulo deberías ser capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entender lo que es una estrategia de innovación y cómo ayuda a la comercialización de negocios y productos. • Ser consciente de las diferentes fuentes de ingresos disponibles para las empresas. • Comprender los modelos de financiación disponibles para las empresas y cómo iniciarlos. • Entender cómo la empresa conjunta y los distribuidores pueden ayudar a llevar tus productos al mercado. • Utilizar el retorno de la inversión de usuario para medir y supervisar tu estrategia de innovación.
Actividades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • ver 4 video presentación y 3 videos adicionales • explorar los materiales de lectura: 1 obligatorio y 5 opcionales • hacer 4 ejercicios
Duración estimada	La carga de trabajo total es de 147 minutos, incluyendo:

	<ul style="list-style-type: none">• 82 minutos para ver vídeos• 50 minutos para explorar el material de lectura obligatorio• 15 minutos de ejercicios
--	---

www.InnCommerce.eu

