



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

SECRETARÍA ACADÉMICA / COORDINACIÓN DE POSGRADO

DOCTORADO EN INNOVACIÓN Y SUSTENTABILIDAD EN LOS NEGOCIOS

Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura Teoría de la Ciencia en Innovación de Negocios	2. Nivel de formación Doctorado	3. Clave de la Asignatura V0373	
4. Prerrequisitos NA	5. Área de Formación Básica Común Obligatoria	6. Departamento De Mercadotecnia y Negocios Internacionales	
7. Modalidad: Presencial	8. Tipo de Asignatura: Taller		
9. Carga Horaria:			
Teoría: 40 horas	Práctica: 40 horas	Total: 80 Horas	Créditos: 7
10. Trayectoria de la asignatura No requiere asignatura previa.			

Contenido del Programa

11. Presentación
12. Objetivos del programa Objetivo General: Que el estudiante sea capaz de analizar, debatir y generar aportaciones acerca de los aportes a la innovación de negocios que generen propuestas de valor, por medio de modelos innovadores de gestión que contribuyan a su tesis doctoral y/o al conocimiento como estado del arte, considerando a la organización y su impacto social.
13. Contenido Contenido temático: 1.1. La teoría como ciencia o arte 1.2. Evolución y desarrollo del pensamiento administrativo 1.3. Administración científica como revolución mental 1.4. Teoría clásica de la innovación, teorías neoclásica, humanista, empírica, matemáticas y teoría de decisiones, teoría de sistemas 1.5. Las 10 caras de la innovación 1.6. Práctica de la gestión de la innovación 1.7. Liderazgo y gerencia para la innovación 1.8. Cambio organizacional hacia la innovación de negocios 1.9. Empowerment en los negocios



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

SECRETARÍA ACADÉMICA / COORDINACIÓN DE POSGRADO

DOCTORADO EN INNOVACIÓN Y SUSTENTABILIDAD EN LOS NEGOCIOS

- 1.10. Organizaciones flexibles para la innovación
- 1.11. Administración por valores
- 1.12. La responsabilidad social corporativa y la innovación en los negocios
- 1.13. La quinta disciplina y Aprendizaje en las organizaciones en los negocios
- 1.14. Conflicto y toma de decisiones en la innovación
- 1.15. Sociedad del conocimiento y Filantropía corporativa
- 1.16 La innovación a través del modelo de negocios y sistema nacional de Innovación
- 1.17. Innovación disruptiva
- 1.18. Innovación en reversa
- 1.19. Emprendimiento corporativo
- 1.20. Industria 4.0
- 1.21 Big data y sus impactos en la gestión
- 1.22. Inteligencia artificial en las organizaciones
- 1.23. Transformación digital
- 1.24. Nuevos líderes
- 1.25. Ecosistemas de negocios
- 1.26. Organizaciones esbeltas (Lean) y Analítica herramienta de desarrollo
- 1.27. Equipos de innovación y creación de valor
- 1.28. Creación de cultura orientada a los datos y la inteligencia artificial
- 1.29. La paradoja de la autenticidad
- 1.30. Desarrollando nuevos paradigmas de innovación en tiempos de pandemia

Contenido desarrollado

14. Actividades Prácticas

15. Metodología: Lectura de artículos que han aportado al conocimiento, con presentación individual de los modelos de teoría de innovación de negocios y basadas en la argumentación mediante la técnica del debate.

16. Evaluación

- 1) Trabajos de investigación 50%
- 2) Exposiciones artículos 25%
- 3) Análisis y debate 25%

17. Bibliografía

Adner, R. (2006). Match your innovation strategy to your innovation ecosystem. *Harvard Business Review*, 84(4), 98.

Alshmemri, M., Shahwan-Akl, L., & Maude, P. (2017). Herzberg's two-factor theory. *Life Science Journal*, 14(5), 12-16.

Anthony, S. D., Eyring, M., & Gibson, L. (2006). Mapping your innovation strategy. *Harvard Business Review*, 84(5), 104-13.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
SECRETARÍA ACADÉMICA / COORDINACIÓN DE POSGRADO
DOCTORADO EN INNOVACIÓN Y SUSTENTABILIDAD EN LOS NEGOCIOS

- Anthony, S., Duncan, D., & Siren, P. M. (2014). Build an innovation engine in 90 days. *Harvard Business Review*, 92(12), 60-68.
- Argyris, N., & McGahan, A. M. (2002). Introduction: Michael Porter's competitive strategy. *Academy of Management Perspectives*, 16(2), 41-42.
- Argyris, C. (1977). Double loop learning in organizations. *Harvard Business Review*, 55(5), 115-125.
- Argyris, C. (1986). Skilled incompetence. *Harvard Business Review*, 64(5), 74-79.
- Argyris, C. (2008). *Teaching smart people how to learn*. Harvard Business Review Press.
- Bleeke, J., & Ernst, D. (1995). Is your strategic alliance really a sale?. *Harvard Business Review*, 73(1), 97-105.
- Boudreau, K. J., & Lakhani, K. R. (2013). Using the crowd as an innovation partner. *Harvard Business Review*, 91(4), 60-9.
- Campbell, A., & Goold, M. (1995). Corporate strategy: The quest for parenting advantage. *Harvard Business Review*, 73(2), 120-132.
- Carlson, C. R., & Wilmot, W. W. (2006). *Innovation: The five disciplines for creating what customers want*. Currency.
- Chen, M., Mao, S., & Liu, Y. (2014). Big data: A survey. *Mobile networks and applications*, 19(2), 171-209.
- Christensen, C. M. (2007). Disruptive innovation: can health care learn from other industries? A conversation with Clayton M. Christensen. *Interview by Mark D. Smith. Health affairs (Project Hope)*, 26(3), w288-95.
- Christensen, C. M., & Mangelsdorf, M. E. (2009). Good days for disruptors. *MIT Sloan Management Review*, 50(3), 67.
- Christensen, C. M., Baumann, H., Ruggles, R., & Sadtler, T. M. (2006). Disruptive innovation for social change. *Harvard Business Review*, 84(12), 94.
- Christensen, C. M., Horn, M. B., Caldera, L., & Soares, L. (2011). *Disrupting College: How Disruptive Innovation Can Deliver Quality and Affordability to Postsecondary Education*. Innosight Institute.
- Christensen, C. M., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2015). What is disruptive innovation. *Harvard Business Review*, 93(12), 44-53.
- Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial intelligence for the real world. *Harvard Business Review*, 96(1), 108-116.
- Drayton, B., & Budinich, V. (2010). A new alliance for global change. *Harvard Business Review*, 88(9), 56-64.
- Drucker, P. F. (1967). The effective decision. *Management Review*, 56, 52-55.
- Drucker, P. F. (1971). *Drucker on management*. Management Publications.
- Drucker, P.F. (1994). The Theory of the Business. *Harvard Business Review*, 72 (5), 95-107.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency theory: An assessment and review. *Academy of management review*, 14(1), 57-74.
- Ernst, D., & Bamford, J. (2005). Your alliances are too stable. *Harvard Business Review*, 83(6), 133-41.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

SECRETARÍA ACADÉMICA / COORDINACIÓN DE POSGRADO

DOCTORADO EN INNOVACIÓN Y SUSTENTABILIDAD EN LOS NEGOCIOS

- Ewen, R. B., Smith, P. C., & Hulin, C. L. (1966). An empirical test of the Herzberg two-factor theory. *Journal of applied psychology*, 50(6), 544.
- Gans, J. (2020). To Disrupt or Not to Disrupt?. *MIT Sloan Management Review*, 61(3), 40-45.
- Gawel, J. E. (1996). Herzberg's theory of motivation and Maslow's hierarchy of needs. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 5(1), 11.
- Gerbert, P., Justus, J., & Hecker, M. (2017). *Competing in the age of Artificial Intelligence*. The Boston Consulting Group. Boston, 1-7.
- Gosling, J., & Mintzberg, H. (2003). The five minds of a manager. *Harvard Business Review*, 81(11), 54-63.
- Govindarajan, V. (2012). A reverse-innovation playbook. *Harvard Business Review*, 90 (4), 120-125.
- Hamel, G. (2015). Innovation starts with the heart, not the head. *Harvard Business Review Digital Articles*, 2-6.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 68(3), 79-91.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1994). Competing for the future. *Harvard Business Review*, 72(4), 122-128.
- Herzberg, F. (2005). The motivation-hygiene theory. *Organizational behavior one: Essential theories of motivation and leadership*, 2(4), 61-74.
- Jarrahi, M. H. (2018). Artificial intelligence and the future of work: Human-AI symbiosis in organizational decision making. *Business Horizons*, 61(4), 577-586.
- Johnston, R., & Lawrence, P. R. (1991). Beyond vertical integration—the rise of the value adding partnership. Markets, hierarchies and networks: The coordination of social life. *Life*, edited by Grahame Thompson, et al., Open University Press, 193-202.
- Kabak, I. W., & Schiff, A. I. (1978). Inventory models and management objectives. *Sloan Management Review (pre-1986)*, 19(2), 53.
- Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2019). Accelerating digital innovation inside and out. *MIT Sloan Management Review and Deloitte Insights*, 60471.
- Kanter, R. M., & Advantage, C. (1994). The art of alliances. *Harvard Business Review*, 72(4), 96-108.
- Kaplan, R. S. (2009). Conceptual foundations of the balanced scorecard. *Handbooks of Management Accounting Research*, 3, 1253-1269.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*, 74(1), 75-85.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1998). Putting the balanced scorecard to work. *The Economic Impact of Knowledge*, 27(4), 315-324.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2000). Having trouble with your strategy? Then map it. Focusing Your Organization on Strategy—with the Balanced Scorecard. *Harvard Business Review*, 78(5), 167-176.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2007). Balanced scorecard. In *Das Summa Summarum des Management* (pp. 137-148). Gabler.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

SECRETARÍA ACADÉMICA / COORDINACIÓN DE POSGRADO

DOCTORADO EN INNOVACIÓN Y SUSTENTABILIDAD EN LOS NEGOCIOS

- Keys, J. B., & Fulmer, R. M. (1999). Una conversación con Peter Senge: nuevos desarrollos en el aprendizaje organizativo. *Harvard Deusto Business Review*, (92), 22-31.
- Kelley, T. (2005). *The ten faces of innovation: IDEO's strategies for beating the devil's advocate & driving creativity throughout your organization*. Currency.
- Kim, C., & Mauborgne, W. (2004). Blue Ocean Strategy. *Harvard Business Review*, 82(10), 75-84.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2014). Blue ocean leadership. *Harvard Business Review*, 92(5), 60-72.
- King, A. A., & Baartartogtokh, B. (2015). How useful is the theory of disruptive innovation?. *MIT Sloan Management Review*, 57(1), 77.
- Kopelman, R. E., Prottas, D. J., & Davis, A. L. (2008). Douglas McGregor's theory X and Y: Toward a construct-valid measure. *Journal of Managerial Issues*, 255-271.
- Kotter, J. P. (2001). What Leaders Really Do. *Harvard Business Review*, 79 (11), 85-96.
- Kotter, J. P., & Schlesinger, L. A. (1989). Choosing strategies for change. *In Readings in strategic management* (pp. 294-306). Palgrave, London.
- Kotter, J.P. (1977). Power, Dependence, and Effective Management. *Harvard Business Review*, 55(4), 125-136.
- Kotter, J.P. (2007). Leading Change: Why Transformation Efforts Fail. *Harvard Business Review*, 86, 97-103.
- Lawrence, P. R., & Lorsch, J. W. (1967). Differentiation and integration in complex organizations. *Administrative Science Quarterly*, 1-47.
- Lawrence, P. R., & Lorsch, J. W. (1967). New management job: the integrator. *Harvard Business Review*, 45(6), 142-151
- Lengnick-Hall, C. A. (1992). Innovation and competitive advantage: What we know and what we need to learn. *Journal of management*, 18(2), 399-429.
- Lundvall, B. A. (1992). *National systems of innovation: towards a theory of innovation and interactive learning*. Ed. Bengt-Åke
- McAfee, A., Brynjolfsson, E., Davenport, T. H., Patil, D. J., & Barton, D. (2012). Big data: the management revolution. *Harvard Business Review*, 90(10), 60-68.
- McDonald, R., & Eisenhardt, K. (2020). The New-Market Conundrum In emerging industries the usual rules of strategy don't apply. *Harvard Business Review*, 98(3), 75-83.
- McGrath, R. G. (2020). The New Disrupters. *MIT Sloan Management Review*, 61(3), 28-33.
- McGregor, D. (1948). The staff function in human relations. *Journal of Social Issues*.
- McGregor, D. (1960). Theory X and theory Y. *Organization theory*, 358, 374, 5.
- McGregor, D. (1972). Uneasy look at performance appraisal. *Harvard Business Review*, 50(5), 133.
- McGregor, D. (1989). The human side of enterprise. *Readings in managerial psychology*, 314-324.
- Mintzberg, H. (1987). Crafting strategy. *Harvard Business Review*, 65, 66-75.
- Mintzberg, H. (1994). The fall and rise of strategic planning. *Harvard Business Review*, 72(1), 107-114.
- Mintzberg, H. (2009). Rebuilding companies as communities. *Harvard Business Review*, 87(7/8), 140-143.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

SECRETARÍA ACADÉMICA / COORDINACIÓN DE POSGRADO

DOCTORADO EN INNOVACIÓN Y SUSTENTABILIDAD EN LOS NEGOCIOS

- Mintzberg, H. (2015). *Rebalancing society: Radical renewal beyond left, right, and center*. Berrett-Koehler Publishers.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2007). The knowledge-creating company. *Harvard Business Review*, 85(7/8), 162.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2011). The wise leader. *Harvard Business Review*, 89(5), 58-67.
- Ouchi, W. G., & Price, R. L. (1978). Hierarchies, clans, and theory Z: A new perspective on organization development. *Organizational Dynamics*, 7(2), 25-44.
- Pardee, R. L. (1990). *Motivation Theories of Maslow, Herzberg, McGregor & McClelland. A Literature Review of Selected Theories Dealing with Job Satisfaction and Motivation*.
- Pascale, R. T. (1978). Zen and the art of management. *Harvard Business Review*, 56(2), 153-62.
- Pisano, G. P. (2015). You need an innovation strategy. *Harvard Business Review*, 93(6), 44-54.
- Porter, M. E. (1979). How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 57(2), 137-145.
- Porter, M. E. (1989). From competitive advantage to corporate strategy. In *Readings in strategic management* (pp. 234-255). Palgrave, London.
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 76(6), 77-90.
- Porter, M. E. (2001). Strategy and the Internet. *Harvard Business Review*, 79(3), 63-78.
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014). How smart, connected products are transforming competition. *Harvard Business Review*, 92(11), 64-88.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- Ransbotham, S., Gerbert, P., Reeves, M., Kiron, D., & Spira, M. (2018). Artificial intelligence in business gets real. *MIT Sloan Management Review and Boston Consulting Group*.
- Rigby, D. K., Elk, S., & Berez, S. (2020). The agile c-suite. *Harvard Business Review*, 97(3).
- Ross, J. (2018). The fundamental flaw in AI implementation. *MIT Sloan Management Review*, 59(2), 10-11.
- Russom, P. (2011). Big data analytics. *TDWI best practices report, fourth quarter*, 19(4), 1-34.
- Sager, K. L. (2008). *An exploratory study of the relationships between theory X/Y assumptions*.
- Sagioglu, S., & Sinanc, D. (2013, May). Big data: A review. In *2013 international conference on collaboration technologies and systems (CTS)* (pp. 42-47). IEEE.
- Schein, E. (2011). Douglas McGregor: theoretician, moral philosopher or behaviorist?: An analysis of the interconnections between assumptions, values and behavior. *Journal of Management History*, 17(2), 156-164.
- Schein, E. H. (1985). Defining organizational culture. *Classics of organization theory*, 3(1), 490-502.
- Schein, E. H. (1996). *Strategic pragmatism: The culture of Singapore's economic development board* (Vol. 11). MIT Press.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (Vol. 2). John Wiley & Sons.
- Senge, P. M. (2000). *La danza del cambio: los retos de sostener el impulso en organizaciones*



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
SECRETARÍA ACADÉMICA / COORDINACIÓN DE POSGRADO
DOCTORADO EN INNOVACIÓN Y SUSTENTABILIDAD EN LOS NEGOCIOS

abiertas al aprendizaje. Editorial Norma.

Senge, P. M. (2005). *La quinta disciplina en la práctica*. Ediciones Granica SA.

Senge, P., Cambron-McCabe, N., Lucas, T., Smith, B., & Dutton, J. (2006). *La quinta disciplina: Escuelas que aprenden: Un manual de la quinta disciplina para educadores, padres de familia y todos los que se interesen en la educación*. Editorial Norma.

Skarzynski, P., & Gibson, R. (2008). *Innovation to the core: A blueprint for transforming the way your company innovates*. Harvard Business Press.

Sullivan, J. J. (1983). A critique of theory Z. *Academy of Management Review*, 8(1), 132-142.

Uzzi, B., & Dunlap, S. (2005). How to build your network. *Harvard Business Review*, 83(12), 53.

Wack, P. (2017). Shooting the rapids. In *Historical Evolution of Strategic Management* (p. 121).

Webb, A. (2020). The 11 Sources of Disruption Every Company Must Monitor. *MIT Sloan Management Review*, 61(3), 65-70.

Winter, A., & Govindarajan, V. (2015). Engineering reverse innovations. *Harvard Business Review*, 91(7), 167-171.

Wu, X., Zhu, X., Wu, G. Q., & Ding, W. (2013). Data mining with big data. *IEEE transactions on knowledge and data engineering*, 26(1), 97-107.

Otros materiales

18. Perfil del profesor

Ser profesores investigadores en el área de las Ciencias Económico Administrativas y/o ciencias sociales, con grado de doctor y preferentemente con reconocimiento ante el Sistema Nacional de Investigadores.

19. Nombre de los profesores que imparten la materia

Dr. José Sánchez Gutiérrez

20. Lugar y fecha de su aprobación (incluyendo la última actualización)

Zapopan, Jalisco a 08 de julio de 2022.

21. Instancias que aprobaron el programa (Junta Académica y/ó Coordinación del programa)

Por acuerdo colegiado con la Junta Académica del Doctorado en Innovación y Sustentabilidad en los Negocios.