

INDICE

PRESENTACIÓN	7
TEMA 1. ESTRATEGIA EMPRESARIAL Y ESTRATEGIA INNOVADORA	9
1.1. La dimensión estratégica de la innovación	10
1.2. Hacia una cultura innovadora	14
1.3. Características de una organización innovadora	16
1.4. El acceso a la tecnología en la empresa	18
1.5. La estrategia tecnológica	24
Preguntas de revisión	27
Referencias bibliográficas	28
TEMA 2. EL PROCESO DE DISEÑO Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	29
2.1. Concepto de diseño y desarrollo de nuevos productos	30
2.2. Etapas del proceso de diseño y desarrollo de nuevos productos	33
2.3. El factor tiempo	34
2.4. Desarrollo externo de nuevos productos	38
Preguntas de revisión	43
Bibliografía recomendada	44
TEMA 3. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES, GENERACIÓN Y SELECCIÓN DE IDEAS ...	45
3.1. Identificación de oportunidades	46
3.2. Vigilancia tecnológica	47
3.3. Creatividad e innovación	52
3.4. Técnicas de desarrollo de la creatividad	57
3.5. Evaluación y selección de ideas	65
Preguntas de revisión	67
Bibliografía recomendada	68
TEMA 4. LA ORGANIZACIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO	69
4.1. Técnicas de gestión simultánea	70
4.2. Procesos etapa-puerta	73
4.3. Equipos de diseño multifuncionales	74
4.4. Formas de organización	76
Preguntas de revisión	79
Bibliografía recomendada	80
TEMA 5. EL DISEÑO DE UN NUEVO PRODUCTO	81
5.1. Despliegue de la función de calidad	82
5.2. Diseño para la excelencia	84
5.3. Transferencia rápida de diseños	86
5.4. Tecnología de grupo	87
5.5. Análisis de modos de fallos y sus efectos	88
5.6. Diseño, ingeniería y fabricación asistidos por ordenador	89
5.7. Gestión de datos de producto	91
Preguntas de revisión	93
Bibliografía recomendada	94
TEMA 6. PRUEBAS, PROTECCIÓN Y LANZAMIENTO DEL PRODUCTO	95
6.1. Fabricación de prototipos	96
6.2. Test de producto	98
6.3. Pruebas de mercado	99
6.4. La protección de las innovaciones	101
6.5. El lanzamiento del producto	102
Preguntas de revisión	105
Bibliografía recomendada	106