



## PRESENTACIÓN

**Breve descripción:** La asignatura acerca al alumno los conceptos de creatividad e innovación dentro de las organizaciones. Se presentan metodologías de innovación y resolución de problemas para la innovación dentro de las empresas.

- **Titulación:** Marketing
- **Departamento:** Marketing y empresas de comunicación, Facultad de Comunicación
- **Módulo/Materia:** NIVEL 1. Módulo V. Innovación y Emprendimiento. NIVEL 2 Materia: Innovación
- **ECTS:** 3
- **Curso, semestre:** segundo. Primer Semestre.
- **Carácter:** Obligatoria
- **Profesorado:** Dr. [Jorge del Río Pérez \(jrio@unav.es\)](mailto:jrio@unav.es). Profesor Titular.
- **Idioma:** Castellano / Inglés
- **Aula, Horario:** Aula. 6. Martes: 15:30 a 17:00 horas.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

### Competencias de la asignatura

#### *Conocimientos*

1. Que el alumno sepa identificar los principales elementos de los procesos de innovación.
2. Que el alumno adquiera la capacidad de creación de soluciones de marketing.

#### *Habilidades y actitudes*

1. Que el alumno desarrolle sus habilidades creativas para generar soluciones nuevas a problemas clásicos.
2. Que el alumno comprenda la actividad profesional como servicio a la persona y a la sociedad y promover la exigencia de honradez para el desarrollo profesional responsable.

#### *Resultados de aprendizaje*

1. Demostrar la comprensión de los conceptos trabajados a lo largo del curso en la asignatura.
2. Demostrar la comprensión de lecturas y textos puestos a disposición del alumno a lo largo del curso.

### Competencias del título

#### *Competencias básicas:*

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele



# Universidad de Navarra

encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

## ***Competencias generales:***

CG3 - Conocer las herramientas y técnicas propias de los procesos de innovación y emprendimiento que se producen en torno a la gestión del marketing.

CG4 - Aplicar las herramientas del marketing a partir de un análisis y una comprensión profunda del funcionamiento de los mercados y del comportamiento de los consumidores.

CG5 - Aplicar las habilidades de liderazgo, trabajo en equipo, planificación y gestión del tiempo a la toma de decisiones responsables y resolución de problemas de marketing.

## ***Competencias específicas:***

CE19 - Conocer los fundamentos de los procesos de innovación en las organizaciones y las herramientas de gestión de personas para la correcta aplicación de los planes de marketing.

CE20 - Conocer los principales métodos creativos de desarrollo de innovaciones aplicados a la generación de ideas de negocio y comercialización de productos y servicios.

CE21 - Conocer y aplicar las herramientas y técnicas necesarias para presentar acciones de venta y negociación.

## **PROGRAMA**

01. Introducción al concepto de Creatividad e Innovación.

02. Métodos y herramientas de Innovación.

## **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

Clases presenciales teóricas y prácticas: 24 horas.

Trabajos (individuales): 21 horas.

Estudio personal: 30 horas.



Universidad  
de Navarra

## HORARIOS DE ATENCIÓN

Jorge del Río Pérez (jrío@unav.es)

Despacho 760. Departamento de Marketing y Empresas de Comunicación. Edificio Ismael Sánchez Bella - Universidad de Navarra

Cita previa por mail: [jrío@unav.es](mailto:jrio@unav.es)

## BIBLIOGRAFÍA

--> Basic bibliography:

- "Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers" by Alexander Osterwalder and Yves Pigneur [Check it in the library](#)

- "Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want" by Alexander Osterwalder and Yves Pigneur [Check it in the library](#)

--> Complementary bibliography:

- "Designpedia: 80 Tools for Realizing Your Ideas" by Juan Gasca and Rafael Zaragoza

- "Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation" by Tim Brown

- "Design of Business: Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage" by Roger L. Martin

- "The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses" by Eric Ries

- "The Design Thinking Playbook: Mindful Digital Transformation of Teams, Products, Services, Businesses and Ecosystems" by Michael Lewrick, Patrick Link and Larry Leifer

--> Free resources in the web:

- "Bootcamp Bootleg by IDEO" <https://dschool.stanford.edu/resources/the-bootcamp-bootleg>

- "Design Sprint Method by Google" <https://developers.google.com/design-sprint/downloads/DesignSprintMethods.pdf>