



## 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 encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también



# Universidad de Navarra

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

## EVALUACIÓN

1. El alumno tiene que tener presentadas el 80 por ciento de las actividades y retos realizados durante el curso

2. El examen debe estar aprobado para mediar con el resto de las notas.

3. Cada opción es un examen completo, con el número de preguntas que se considere necesario para evaluar los contenidos elegidos, y en todos los casos el examen deberá aprobarse para que la nota obtenida se tenga en cuenta.

Elegir una opción u otra no exime del esfuerzo ni de la exigencia académica, simplemente establece el máximo de puntos al que cada estudiante puede aspirar sobre los contenidos elegidos.

## CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Realización de una prueba final donde el alumno suspendido podrá obtener la máxima calificación de la asignatura.

La prueba final será explicada al alumno en una reunión concertada por el profesor.

La revisión de exámenes, en ambas convocatorias, se realizará de modo presencial y en ningún momento en remoto.

## HORARIOS DE ATENCIÓN

Jorge del Río Pérez (jrio@unav.es)

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

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

## BIBLIOGRAFÍA

-->Bibliografía obligatoria

Ver apartado de Evaluación.

--> 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



Universidad  
de Navarra

- "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>