Universidad de Navarra

Innovation Spreading

Guía docente 2025-26

PRESENTACIÓN

Breve descripción de la asignatura:

Durante este segundo curso, en el primer semestre, habéis tenido la oportunidad de aprender y practicar diversas metodologías y herramientas de innovación y emprendimiento. Todos estos conocimientos os serán útiles y necesarios para adentraros en el ámbito de la Difusión de la Innovación, ya que esta asignatura tiene un planteamiento eminentemente práctico.

La comprensión de los retos y desafíos ligados a la Difusión de productos y servicios innovadores se adquirirá a lo largo del semestre por la integración de vuestros conocimientos ya adquiridos sobre innovación y emprendimiento, con herramientas metodológicas adicionales que se aportarán en la asignatura y con la aplicación práctica con vuestro desarrollo de un Análisis de Consultoría de un caso real de proyecto innovador.

- **Carácter**: Optativa no oficial obligatoria
- **ECTS**: 2
- **Curso y semestre**: 2º curso, 2º semestre
- **Idioma**: Español
- **Título**: Innovation Spreading
- **Módulo y materia de la asignatura**:
- **Profesor responsable de la asignatura**: Francesc Pujol
- **Horario**: Viernes, de 5 a 7
- **Aula**: Seminario 21
- ESTA ASIGNATURA NO ESTÁ ABIERTA A ALUMNOS DE INTERCAMBIO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

Competencias generales

BC2 Los estudiantes deben saber cómo aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de manera profesional y deben tener las competencias que normalmente se demuestran mediante la preparación y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

BC3 Los estudiantes deben tener la capacidad de recopilar e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para tomar decisiones que incluyan una reflexión sobre temas sociales, científicos y éticos relevantes.

BC4 Los estudiantes deben ser capaces de transmitir información, ideas, problemas y soluciones a audiencias especializadas y generales.

BC5 Los estudiantes deben desarrollar las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto nivel de independencia.

GC1 Estar familiarizado con diferentes áreas de la teoría y/o aplicación del análisis económico.

GC2 Identificar, integrar y utilizar los conocimientos adquiridos para argumentar, discutir y resolver problemas relevantes en economía y/o negocios.

GC3 Preparar informes profesionales y/o presentaciones multimedia sobre temas relacionados con la economía y/o los negocios.

GC4 Utilizar el razonamiento crítico independiente sobre temas relevantes en economía y negocios.

GC5 Comunicar resultados y análisis de manera oral o escrita que sean útiles para la economía y los negocios.

GC6 Estar familiarizado con los diferentes contextos en los que se desarrolla su trabajo: las circunstancias, los mercados y el contexto histórico, legal o humano.

GC7 Analizar el proceso de definir e implementar metas y/o estrategias en la empresa.

GC8 Desarrollar expectativas, describir escenarios y hacer estimaciones utilizando información relevante para la empresa.

Específicas

CEOP12 Conocer y aplicar conceptos y teorías en el área de la innovación, en sus diferentes aspectos

CEOP14 Conocer las fundamentos económicos de la innovación en el área empresarial

CEOP15 Conocer y aplicar los conceptos y teorías del intraprendimiento y el emprendimiento

Además:

- Trabajo en equipo
- Creatividad
- Proactividad
- Planificación y gestión
- Movilización de recursos
- Involucrar a otras personas
- Concisión
- Comunicación

PROGRAMA

Programa

Proyecto de curso: Proceso de Consultoría para proyecto real innovador.

Universidad de Navarra

Etapas:

1. Propuesta y selección de proyectos
2. Identificación de elementos clave del proyecto
3. Empatía. Identificación de problemas, soluciones y nuevos problemas
4. Entrevista con emprendedores
5. Mapa de públicos y stakeholders
6. Informe final de Consultoría
7. Business Case (optativo)

Para llevar a cabo las etapas, los estudiante recibirán además formación en:

- Los tipos de innovación
- Lógica branding
- Difusión de la innovación. Curva de adopción de la innovación

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Formación docente: 6 horas

Consultoría a proyecto real innovador

Actividades en el aula: 14 horas

Actividades personales: 40 horas

Identificación y evaluación de aprendizajes

Actividad en el aula: 4 horas

Actividades personales: 6 horas

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

Proyecto de curso Consultoría proyecto innovador: 75%

Participación activa (preguntas ChatGPT): 15%

Examen de contenidos y conocimientos: 10%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Proyecto de cuso Consultoría proyecto innovador: 100%

HORARIOS DE ATENCIÓN

Universidad de Navarra

Francesc Pujol (fpujol@unav.es)

- Despacho 4040 Edificio Amigos. Torre despachos, Planta 4a
- Horario de tutoría: Se anunciará

BIBLIOGRAFÍA

References:

ROGERS, Everett (2003), Diffusion of Innovations, 5a Ed.

MOORE, Geoffrey (2014), Crossing of The Chasm, 3a Ed.

KEELEY, Larry, WALTERS, Helen, PIKKEL, Ryan, QUINN, Brian (2013), Ten Types of Innovation: The Discipline of Building Breakthroughs, Wiley.