

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA: **GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN**

CÓDIGO: **501041**

CURSO ACADÉMICO: **2024/2025**

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA¹

Curso académico: 2024/2025

Identificación y características de la asignatura			
Código ²	501041	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	Gestión de la Innovación		
Denominación (inglés)	Innovation Management		
Titulaciones ³	Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos		
Centro ⁴	Centro Universitario de Mérida		
Semestre	8º	Carácter	Optativo
Módulo	Optativo		
Materia	Gestión		
Profesorado			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
Remedios Hernández Linares	37	mapalaciosg@unex.es	
Área de conocimiento	Economía Financiera y Contabilidad		
Departamento	Economía Financiera y Contabilidad		
Profesor/a coordinador/a ⁵ (si hay más de uno)			
Competencias ⁶			
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			
CG1 - Desarrollar capacidades y aptitudes en los estudiantes para concebir, desarrollar, y ejecutar el proceso de diseño y rediseño de productos, conceptos y servicios, guardando un equilibrio entre la técnica y el contexto sociocultural, y respondiendo a las necesidades y tendencias de los usuarios, la empresa, el mercado y de la sociedad en general.			

¹ En los casos de planes conjuntos, coordinados, intercentros, pceos, etc., debe recogerse la información de todos los títulos y todos los centros en una única ficha.

² Si hay más de un código para la misma asignatura, ponerlos todos.

³ Si la asignatura se imparte en más de una titulación, consignarlas todas, incluidos los PCEOs.

⁴ Si la asignatura se imparte en más de un centro, incluirlos todos

⁵ En el caso de asignaturas intercentro, debe rellenarse el nombre del responsable intercentro de cada asignatura

⁶ Deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

CG3 - Desarrollar habilidades para el desarrollo profesional futuro: trabajo en equipo, liderazgo, competitividad y posicionamiento del producto en la sociedad a través del desarrollo de técnicas de comunicación, marketing, toma de decisiones, entre otros.
CG4 - Aportar a la formación académico-profesional una dimensión de responsabilidad y respeto a los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, formación que conlleve una toma de conciencia acerca de la vinculación necesaria entre el ejercicio de la actividad profesional y el respeto a la diversidad y a los valores humanos, sociales, culturales, económicos, culturales y medioambientales.
CE17 - Analizar el sector del diseño industrial planteando alternativas para contribuir de forma activa a la gestión de planes estratégicos y de innovación empresarial, analizando el impacto del diseño en el usuario, la sociedad y el mercado y valorar sus consecuencias.
CE19 - Conocer y ser capaz de aplicar las teorías, estrategias y técnicas inherentes a los procesos de comunicación y comercialización de los productos teniendo en cuenta la imagen corporativa como medio de comunicación.
CE22 - Crear, gestionar y presentar de forma eficiente documentos y presentaciones adaptadas a usuarios potenciales, valiéndose de documentos impresos y TICs.

Contenidos⁶

Breve descripción del contenido

Gestión del conocimiento. Cultura de la innovación. Nuevas ideas y procesos de creación. Las TICs como medios y herramientas para la gestión, acceso, difusión e innovación empresarial. Financiación de la innovación

Temario de la asignatura

Denominación del tema 1: **Aspectos Generales de la Gestión de la Innovación**
 Contenidos del tema 1: La innovación: Conceptos y clasificación. La importancia de las políticas de innovación. El proceso de innovación. Metodologías y herramientas para la innovación. *Design Thinking*.

Denominación del tema 2: **Tendencias Económicas y Tecnológicas. El Papel de la Gestión del Conocimiento**
 Contenidos del tema 2: Fenómenos económicos y tecnológicos actuales. Gestión del conocimiento. Innovación, tecnología y emprendimiento. El método Lean Startup. Innovación, economía circular y responsabilidad social.

Denominación del tema 3: **Aspectos Estratégicos de la Innovación**
 Contenidos del tema 3: El ecosistema de la I+D+i. La Innovación en el marco de las estrategias y fuentes de ventaja competitiva. Análisis de valor de la innovación. Herramientas estratégicas de gestión de la innovación: Vigilancia tecnológica e Inteligencia competitiva. Financiación de la innovación. Otros conceptos: Incentivos fiscales a la I+D+i.

Denominación del tema 4: **Modelos de Gestión de la Innovación**
 Contenidos del tema 4: Introducción. Modelos de gestión de la innovación. Beneficios y requisitos de implantación. Gestión del conocimiento. Métodos Lean manufacturing y Six Sigma

Actividades formativas⁷

Horas de trabajo del alumno/a por tema		Horas Gran grupo	Actividades prácticas				Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total		CH	L	O	S		
1	35	13	0	0	0	0	2	20
2	45	17	0	0	0	0	1	27
3	32	15	0	0	0	0	1	16

⁷ Esta tabla debe coincidir exactamente con lo establecido en la ficha 12c de la asignatura.

4	32	13	0	0	0	0	1	18
Evaluación⁸	6	2	0	0	0	0	0	4
TOTAL	150	60	0	0	0	0	5	85

GG: Grupo Grande (85 estudiantes).
 CH: prácticas clínicas hospitalarias (7 estudiantes)
 L: prácticas laboratorio o campo (15 estudiantes)
 O: prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas (20 estudiantes)
 S: clases problemas o seminarios o casos prácticos (40 estudiantes).
 TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).
 EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

Metodologías docentes⁶

1. Aprendizaje a través del aula virtual: Uso de herramientas virtuales de comunicación entre profesor y estudiante para exposición de contenidos teóricos. Esta metodología se aplicará mediante vídeo-tutoriales o cualquier otra herramienta asíncrona.
2. Enseñanza práctica: Trabajos prácticos en laboratorios remotos y/o virtuales.
3. Tutorización: Actividad de seguimiento para tutela de trabajos dirigidos, consultas de dudas y asesoría individual o colectiva. Esta metodología se aplicará haciendo uso de despachos virtuales, foros y herramientas de comunicación síncronas.
4. Actividad autónoma mediante el análisis de documentos escritos, la elaboración de memorias, el estudio de la materia impartida, desarrollo de los supuestos prácticos planteados y tareas propuestas evaluables.

Resultados de aprendizaje⁶

1. Conocer la importancia de investigar y conocer las necesidades del mercado, así como de buscar las formas de satisfacer dichas necesidades.
2. Aplicar a casos prácticos los conocimientos de economía y gestión previamente adquiridos, extrayendo además deducciones a partir de ellos, o bien inferirlos de casos prácticos (inducción).
3. Mostrar interés por la búsqueda de necesidades o demandas insatisfechas, y tener iniciativa para proponer ideas y desarrollar productos que satisfagan tales demandas. Tener, por tanto, capacidad de innovar.
4. Tener iniciativa para aportar y/o evaluar soluciones efectivas, alternativas o novedosas a los problemas, tomando decisiones basadas en criterios objetivos.
5. Tener iniciativa para difundir las innovaciones empresariales.
6. Adquirir conocimiento sobre la cultura y los procesos de la innovación en el marco del diseño como actividad, así como desde la perspectiva empresarial.
7. Conocer las herramientas de gestión de la innovación y su aplicación.
8. Adquirir conocimiento sobre los resultados de la aplicación de la innovación en los negocios y actividades relacionadas con el diseño industrial y de productos, para poder desarrollar estrategias.
9. Conocer las distintas fuentes de financiación de aplicación a la innovación.

Sistemas de evaluación⁶

La calificación en esta asignatura se hará mediante:

MODALIDAD EVALUACIÓN CONTINUA y/o la realización de un examen de certificación.

⁸ Indicar el número total de horas de evaluación de esta asignatura.

Requisito imprescindible para acogerse a evaluación continua es la asistencia regular a clase. La no asistencia regular conllevará no poder ser evaluado con los criterios de evaluación continua que figuran en la siguiente tabla:

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Examen	60%
Exposición oral de trabajos realizados	10%
Realización de trabajos dirigidos (informes, casos prácticos, ejercicios y problemas)	20%
Asistencia y/o participación en el aula, en el aula virtual, en las tutorías, etc.	10%

Las actividades de evaluación continua, al ser objeto de evaluación continua, no son recuperables

MODALIDAD DE EVALUACIÓN GLOBAL: El/la estudiante será evaluado/a atendiendo únicamente a la realización del examen final de certificación, que tendrá un peso del 100% en la nota final de la asignatura. Dicho examen podrá incluir tanto preguntas teóricas (tipo test, verdadero-falso o a desarrollar) como problemas. La calificación del mismo será sobre 10 puntos. La nota mínima obtenida en las distintas partes del examen no podrá ser inferior al 50% de su valor correspondiente.

Bibliografía (básica y complementaria)

Brown T. (2020). Diseñar el cambio: Cómo el design thinking transforma organizaciones e inspira la innovación. Urano Pub Incorporated.

Drucker P. (1997). La innovación y el empresariado innovador. Editorial Apostrofe.

Kim W. C. y Mauborgne, R. (2015). La estrategia del océano azul: Crear nuevos espacios de mercado donde la competencia sea irrelevante. Profit Editorial.

Marcet X. (2018). Esquivar la mediocridad: Notas sobre management: complejidad, estrategia e innovación. Ed. Plataforma Empresa.

McCraw T.K. (2013). Joseph Schumpeter: Innovación y destrucción creativa. Ediciones de Belloch.

Osterwalder A. y Pigneur Y. (2015). Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando. Editorial: Deusto.

Ries E. (2013). El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. Editorial: Deusto.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

Se utilizará como soporte de los contenidos el espacio virtual AVUEx en la plataforma Moodle. Los contenidos teóricos fundamentales estarán a disposición del alumnado durante la impartición de la asignatura.