



UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

# Gestión de Proyectos de Innovación

Marketing y Comunicación – 4º

Presencial

# Sumario

	<b>Sumario</b>
<b>Datos básicos</b>	<b>3</b>
<b>Breve descripción de la asignatura</b>	<b>4</b>
<b>Requisitos previos</b>	<b>4</b>
<b>Objetivos</b>	<b>4</b>
<b>Competencias</b>	<b>5</b>
<b>Contenidos</b>	<b>6</b>
<b>Metodología</b>	<b>6</b>
<b>Criterios de evaluación</b>	<b>7</b>
<b>Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial</b>	<b>7</b>
<b>Breve CV del profesor responsable</b>	<b>10</b>
<b>Adenda Guía docente <i>online</i></b>	<b>11</b>

# Gestión de Proyectos de Innovación

## Datos básicos

**Módulo:** Dirección y Organización de Empresas

**Carácter:** Obligatoria

**Nº de créditos:** 3 ECTS

**Unidad Temporal:** 4º Curso – 1º Semestre

**Calendario:** Del 28 de septiembre al 16 enero de 2021

**Horario:** jueves de 12.40h. a 14.20horas.

**Idioma en el que se imparte:** Castellano

**Profesor/a responsable de la asignatura:** Irene Martín

Sandra L. Hernández Zelaya

**E-mail:** [imartinma@upsa.es](mailto:imartinma@upsa.es)

**Horario de tutorías:** Lunes y miércoles de 12h a 14h ( Irene Martín)

Lunes y miércoles de 10 h a 12 h (Sandra L. Hernández Zelaya)

\*Los horarios de las tutorías podrían sufrir ajustes por el Covid-19 y según la modalidad presencial u online.

## **Breve descripción de la asignatura**

Asignatura que capacita al alumno para la detección, generación y análisis de oportunidades de negocio donde la innovación se presenta como resultado y eje esencial para generar ventajas competitivas sostenibles. Aborda también la planificación e implantación del proyecto empresarial.

## **Requisitos previos**

Asimilación de asignaturas anteriores del grado conducentes a la puesta en práctica de conocimientos y habilidades para la planificación y gestión de un proyecto de marketing innovador.

## Objetivos

- Objetivo 1. Ser capaz de prever cambios en el entorno, comprender proyecto e impulsar la innovación en los procesos y dirección empresarial
- Objetivo 2. identificar fortalezas y debilidades empresariales para formular y solucionar problemas empresariales e institucionales en el marco de la competencia de la organización
- Objetivo 3. Ser capaz de aplicar los conocimientos e instrumentos para una estrategia integral de comunicación empresarial vinculada al a gestión de la innovación.
- Objetivo 4. Trasmitir eficazmente la importancia empresarial de la orientación al mercado y la relación con el cliente

## Competencias

Competencias básicas	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.
Competencias transversales	CT1. Capacidad para plantear el trabajo de modo original, innovador y creativo, imaginando nuevas situaciones y problema para desarrollar nuevas ideas y soluciones utilizando los conceptos y teorías aprendidos y manejando la información disponible CT9. Capacidad para desarrollar creatividad, innovación y espíritu emprendedor.
Competencias específicas	CE11. Capacidad para identificar, formular y solucionar problemas aplicando criterios

profesionales y entendiendo la ubicación competitiva e institucional de la organización, identificando sus fortalezas y debilidades, a través de la elaboración de informes o de las actividades de consultoría.

CE17. Capacidad para identificar las nuevas necesidades o necesidades insatisfechas de los clientes, así como los segmentos de mercado apropiados para la innovación y el desarrollo de la empresa o entidad para mejorar su posicionamiento estratégico.

CE27. Ser capaz de abrirse a nuevas ideas, comprender y prever los cambios en el entorno de las organizaciones, así como comenzar a impulsar proyectos de innovación en el marco del contexto empresarial.

## Contenidos

### CONTENIDOS DE LA ENSEÑANZA TEÓRICA

- Conceptos y tipos de innovación
- La innovación como fuente de ventajas competitivas
- Gestión de la innovación: Ideación, creatividad y análisis estratégico, Design Thinking, Lean Startup
- Financiación de la innovación, presentación de proyectos y explotación de la innovación.

### CONTENIDOS DE LA ENSEÑANZA PRÁCTICA

- Lecturas y casos prácticos de innovación y su gestión, detallados en la plataforma Moodle
- Metodología de implantación de pequeños proyectos de innovación

## Metodología

METODOLOGÍA	HORAS	HORAS DE TRABAJO PRESENCIAL	HORAS DE TRABAJO NO PRESENCIAL
Sesiones teóricas	10	25	50
Sesiones prácticas	13		
Exámenes	2		90 (60%)
Tutorías colectivas	1		
Exposiciones	10		
Análisis casos prácticos	10		
Estudio autónomo y preparación de contenidos	30		
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>25</b>	<b>50</b>

## Criterios de evaluación

### CONVOCATORIA ORDINARIA

La evaluación del aprendizaje del alumno se realizará según los objetivos y competencias descritas en esta guía docente. En resumen, la evaluación de aprendizaje del alumno se llevará a cabo en tres estadios diferentes:

Evaluación continua a través del seguimiento del trabajo en el aula, intervención y exposición en clase: 20%

Actividades trabajo grupal con un marcado acento en la capacidad de proponer proyectos innovadores en el plano individual y/o grupal 40%

Pruebas de contenidos: prueba/s individuales objetivas de los conocimientos desarrollados: 40%.

### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

La evaluación en convocatorias extraordinarias se realizará mediante una prueba con preguntas relacionadas con la teoría, las prácticas y las lecturas y/o la entrega de un proyecto individual donde el alumno muestre la capacidad para la gestión de un proyecto de innovación.

# Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Se empleará la plataforma Moodle como repositorio de las presentaciones empleadas en clase y otros materiales que completen la asignatura.

También será el lugar en el que se entreguen las tareas y cuestionarios y en el que prioritariamente los profesores den feedback a los estudiantes. Además, los profesores podrán emplear otro tipo de recursos online para completar la docencia.

La bibliografía y otros recursos online están disponibles en la plataforma Moodle, entre ellos:

FRIED, J. y HANSSON, D (2010) Reinicia: borra lo aprendido y piensa la empresa de otra forma GARCÍA

MANJÓN, J. (2010) Gestión de la innovación empresarial

GARCÍA MANJÓN, J (2010) Innovar en la era del conocimiento INSTITUTO ANDALUZ DE TECNOLOGÍA (2012)

La respuesta está en la innovación

PASTOR, J. (2013) Creatividad e Innovación: factores clave para la gestión y la internacionalización

TRÍAS DE BES, F. y KOTTLER, F. (2011) Innovar para ganar

Álvarez, A. / de las Heras, R. / Lasa, C. (2012). Métodos ágiles y SCRUM. Manuales imprescindibles. Anaya Multimedia.

Horine, G. (2009). Gestión de Proyectos. Manual Imprescindible. Anaya Multimedia.

Klastoring, T. (2010). Gestión de Proyectos. Profit.

Klastoring, T. (s.f.). Gestión de Proyecto.

Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos (Guía del PMBOCK) 6ª Edición. Project

Management Institute. Schwaber, K., Sutherlandhttps, J. (2017)

<http://www.scrumguides.org/docs/scrumguide/v2017/2017-Scrum-Guide-SpanishSouthAmerican.pdf>

## Recursos web

UNE 16600: 2006 Gestión de la I+D+I: Terminología y definiciones de las actividades de I+D+I UNE 166001:

2006 Gestión de la I + D + I: Requisitos de un proyecto de I+ D+ I

UNE 166002: 2006 Gestión de la I+D+I: Requisitos de un sistema de gestión de la I+D+I

UNE 166006: 2006 Gestión de la I+D+I: Sistemas de vigilancia tecnológica Web relacionadas Innovación

turística. Premio Hosteltur a los mejores post ¿Traerá la innovación más turistas a nuestros destinos

<http://static.hosteltur.com/web/uploads/2009/06/f1c5ef870f915fb9.pdf> Guía de Buenas prácticas en

materia de creatividad empresarial.

[http://www.creabusinessidea.com/test\\_g30/modulo\\_noticia\\_2.01/panel/tmp/ficha\\_8\\_1.pdf](http://www.creabusinessidea.com/test_g30/modulo_noticia_2.01/panel/tmp/ficha_8_1.pdf).

SITIOS WEB DE INTERÉS

Sistema de Gestión de I+D+i UNE 166002 y certificación I+D+i de AENOR

<https://www.aenor.com/certificacion/idi/gestion-idi>

Diseño y Administración de Proyectos de innovación Tecnológica

<http://www.oei.es/historico/cursosocsi/gestacion.pdf>

Gestión de proyectos empresariales de I+D+I y su financiación <https://e->

[archivo.uc3m.es/handle/10016/17189](http://archivo.uc3m.es/handle/10016/17189)

[https://tecnologiaeducativaunefa.files.wordpress.com/2012/11/eq-no-02-gestic3b3n-de-proyectos-y-las-](https://tecnologiaeducativaunefa.files.wordpress.com/2012/11/eq-no-02-gestic3b3n-de-proyectos-y-las-innovaciones.pdf)

[innovaciones.pdf](http://archivo.uc3m.es/handle/10016/17189)

Cámara de Comercio de España – Herramientas de gestión de la innovación

<https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-innovar/herramientas>

Guía práctica: La gestión de la Innovación en 8 pasos

[http://www.fundacionede.org/gestioninfo/docs/contenidos/\\_8pasosinnovacion\\_.pdf](http://www.fundacionede.org/gestioninfo/docs/contenidos/_8pasosinnovacion_.pdf)



Las 10 herramientas para innovadores que producen resultados reales <http://innolandia.es/10-herramientas-para-innovadores/>

Observatorio Virtual de Transferencia de Tecnología - Gestión de la innovación

[http://www.ovtt.org/gestion\\_gestion\\_de\\_la\\_innovacion](http://www.ovtt.org/gestion_gestion_de_la_innovacion)

Buscador de convocatorias de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECyT)

<https://www.fecyt.es/es/convocatorias>

Oficina española de patentes y marcas <http://www.oepm.es>

Oficina Europea de Patentes <http://www.epo.org/>

Programa Marco de Investigación e Innovación de la Unión Europea (H2020)

[https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/sites/horizon2020/files/H2020\\_ES\\_KI0213413E\\_SN.pdf](https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/sites/horizon2020/files/H2020_ES_KI0213413E_SN.pdf)

## Breve CV del profesor responsable

**Irene Martín Martín** es profesora Encargada de Cátedra en la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca, con asignaturas relacionadas con dirección y la comunicación estratégica en Publicidad y Marketing. Acreditada por la ACSUCYL en las figuras Contratado Doctor, Adjunto y profesor de Universidad Privada. Ha realizado diferentes cursos expertos en Gestión del Conocimiento, Comunicación Empresarial, Responsabilidad Social y Marketing. Pertenece al grupo de investigación Grupo de Investigación Gestión de la comunicación publicitaria y de las marcas (Universidad Pontificia) y es miembro de la ANIS. Colabora como docente en doctorados y máster. Miembro de equipos de investigación en proyectos de investigación financiados en los últimos 10 años, todos ellos relacionados con el ámbito de la comunicación empresarial, la publicidad y el marketing. Ha desarrollado su labor investigadora en de la comunicación corporativa, la gestión estratégica del conocimiento y de los intangibles, la RSE, así como en el estudio de innovación en comunicación empresarial y organizacional.

**Sandra L. Hernández Zelaya** es profesora de la facultad de comunicación de la universidad Pontificia de Salamanca en la cual imparte diversas asignaturas en diferentes grados. Es licenciada en marketing y negocios internacionales con tres másteres relacionadas con la dirección de marketing, dirección empresarial (MBA), la investigación científica empresarial y doctorado en marketing. Cuenta con experiencia académica como profesora e investigadora en universidades nacionales y extranjeras. Ha desarrollado su labor investigadora en el retail y merchandising, comportamiento del consumidor y gestion de marcas. Pertenece al grupo de investigación de innovación y creatividad empresarial de la facultad de comunicación de la universidad Pontificia de Salamanca. Complementa su perfil al haber trabajado en diferentes departamentos de marketing del sector farmacéutico, supermercados y empresas distribuidoras de consumo masivo .

# ADENDA GUÍA DOCENTE *ONLINE*

Vigente durante el curso 2020-21 en caso de confinamiento generado por la crisis del COVID-19

## Gestión de Proyectos de Innovación

### Metodología en el entorno *online*

METODOLOGÍA	Actividades formativas	Horas	Profesor-alumno		Trabajo autónomo
			Síncronas	Asíncronas	
SÍNCRONAS	Clases teóricas y flipped-classroom	5	15 (50%)		
	Clases prácticas	5			
	Tutorías virtuales	1			
	Pruebas y presentaciones síncronas	4			
ASÍNCRONAS	Tareas (casos de estudio, lecturas)	6		15 (50%)	
	Discusiones, foros	2			
	Búsqueda de información	5			
	Pruebas escritas o cuestionarios	2			
AUTÓNOMO	Lectura y búsqueda de información Generación colectiva de material	25			45
	Estudio personal	10			
	Preparación contenidos y presentación oral	10			
			15	15	45
<b>TOTAL (horas)</b>		<b>75</b>	<b>30</b>		<b>45</b>

## Criterios de evaluación en el entorno *online*

EVALUACIÓN		PUNTOS (sobre 10)
PRUEBAS Y PRESENTACIONES SÍNCRONAS	Pruebas y presentaciones orales síncronas	2
	Pruebas escritas síncronas	0,5
PRUEBAS DE EVALUACIÓN ASÍNCRONAS	Pruebas escritas asíncronas	1,5
RETOS ACADÉMICOS	Enunciado, entrega y retroalimentación de tareas	4
	Creación, almacenamiento y búsqueda de información	1
	Realización de consultas y encuestas	
	Discusiones, debates o diálogos	1
	Lección práctica de actividades y contenidos interactivos	
	Generación colectiva de material	1
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>

### • PRUEBAS Y RETOS ACADÉMICOS DE EVALUACIÓN *ONLINE*

- Entrega de tareas sobre casos de estudio y lecturas
- Participación activa en discusiones y debates
- Pruebas asíncronas por temas o módulos (cuestionarios o tareas individuales) sobre la evolución en la comprensión de conceptos de la asignatura

La participación activa y continua del alumno en los retos y pruebas son esenciales en la evaluación. Así, la entrega de tareas (proyecto, casos de estudio y/o otro tipo de ejercicio) ligada a la creación y búsqueda de información y generación colectiva de material, las pruebas en cuestionarios síncronos y/asíncronos y la participación real y activa en debates y discusiones son los ejes de esta evaluación online.

Los recursos para la elaboración de los retos, así como la explicación detallada de los mismos, se ubicarán en la plataforma Moodle.

## Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial *online*

El alumno dispondrá de los recursos de aprendizaje y apoyo tutorial en la plataforma Moodle. Se empleará Moodle como repositorio de las presentaciones empleadas en clase y otros materiales que completen la asignatura. También la bibliografía y otros recursos online.