

<p>Denominación de la MATERIA</p> <p>3.4. INNOVACIÓN EN PRODUCTO, SERVICIO Y PROCESO</p>	<p>Créditos ECTS</p> <p>8 ECTS (200 horas), OBLIGATORIA</p>
<p>Duración, formato y ubicación temporal dentro del plan de estudios</p> <p>Esta materia se impartirá a lo largo del tercer curso de la titulación.</p>	
<p>Requisitos previos</p> <p>No se establecen.</p>	
<p>Idioma</p> <p>Inglés/Castellano/Euskera</p>	
<p>Competencias Básicas</p> <p>CB1. Que los estudiantes demuestren 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 algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.</p> <p>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.</p> <p>Competencias Transversales</p> <p>CT02 - CREATIVA Y TRANSFORMADORA.- Desarrollar varias ideas y oportunidades para crear valor, incluyendo mejores soluciones a los desafíos existentes y nuevos. Explorar y experimentar con enfoques innovadores. Combinar los conocimientos y los recursos para lograr efectos valiosos. Iniciar procesos que creen valor, aceptar los desafíos y actuar y trabajar de forma independiente para alcanzar los objetivos, atenerse a las intenciones y llevar a cabo las tareas planificadas.</p> <p>CT03 - CRÍTICA Y ANALÍTICA.- Capacidad de identificar, analizar y evaluar situaciones, ideas e información con el fin de formular respuestas a problemas, utilizando la lógica y el razonamiento para identificar las fortalezas y debilidades de las soluciones o enfoques posibles.</p> <p>CT07 - CONSCIENTE Y COMPROMETIDA.- Ser capaz de autorregularse y tener un autoconcepto realista de sí mismas y una autoestima equilibrada, es decir, personas que se conocen a sí mismas y también sus capacidades. Tener una visión amplia de las profesiones</p>	

y de lo que se puede hacer y tienen la capacidad de expresar a dónde se quiere llegar. No llegarán a estructuras cerradas y fijas, sino que tendrán como valor el conocimiento de uno mismo, desde donde mejorarán y serán cada vez más libres e independientes.

Competencias Generales / Personales:

CG1 Es capaz de identificar sus puntos fuertes y débiles a la hora de relacionarse con los demás comprometiéndose con su entorno

CG2 Analiza de manera lógica y desde distintas vertientes y disciplinas, los retos complejos a los que se tiene que enfrentar proponiendo soluciones creativas

CG6 Genera y aplica soluciones imaginativas fuera de los marcos establecidos para desarrollar nuevas ideas y respuestas con el objetivo de transformar su entorno

Competencias Específicas / Profesionales:

CE2 Conoce y aplica las herramientas, procesos y metodologías para la organización, gestión y dirección de la función comercial y marketing.

CE9: Se comunica de manera eficaz, responsable y adecuada en las diversas situaciones comunicativas que se producen en su ámbito profesional, teniendo en cuenta el conocimiento y uso de las herramientas a su disposición y velando por el multilingüismo.

CE11 Conoce y aplica las herramientas, procesos y metodologías para la organización y gestión de operaciones, orientada a la optimización y aprovechamiento de las oportunidades.

Resultados de aprendizaje

RA1_3 Le gusta asumir el protagonismo de su desarrollo personal/profesional y emprender acciones ambiciosas encaminadas a una mejor calidad de vida propia y de los demás.

RA2_3 Infiere soluciones creativas y transformadoras a partir de la reflexión crítica.

RA6_2 Domina (las) herramientas para desarrollar alternativas creativas.

RA9_3 Es capaz de aplicar herramientas, procesos y metodologías para la organización, gestión y dirección de la función comercial y marketing

RA16_3 Ser capaz de comunicar haciendo uso de las herramientas, estrategias e idiomas de forma efectiva

RA18_4 Es capaz de proponer, diseñar y aplicar herramientas, procesos y metodologías para la organización y gestión de operaciones

Breve resumen de contenidos

Gestión de la innovación

- Concepto de innovación
- Innovación en producto, servicio y proceso
- Procesos de innovación
- Estrategias de innovación
- Modelos de gestión de la innovación
- Gestión del cambio y la transformación
- Innovación abierta

Digitalización de la innovación

- Métricas e indicadores
- Control de costes
- Toma de decisiones

Herramientas de soporte

- Competencias digitales
- Técnicas de investigación
- Técnicas de creatividad
- Gestión ágil de proyectos SCRUM

Actividades formativas

Las acciones formativas planificadas para este módulo son las siguientes:

- Aprendizaje basado en retos (1,5 ECTS, 37,5 horas)
- Trabajo cooperativo: Desarrollo, redacción y presentación de actividades grupales (1 ECTS, 25 horas)
 - Desarrollo, redacción y presentación de trabajos individuales (1 ECTS, 25 horas)
 - Talleres orientados a la adquisición de las competencias específicas (1 ECTS, 25 horas)
- Recursos de aprendizaje online (0,5 ECTS, 12,5 horas)
- Actividades y dinámicas de reflexión tanto individual como grupal (0,5 ECTS, 12,5 horas)
 - Actividades de aprendizaje-servicio a la comunidad (0,5 ECTS, 12,5 horas)
 - Acompañamiento, mentorización y seguimiento individual (0,5 ECTS, 12,5 horas)
 - Feedback formativo (0,5 ECTS, 12,5 horas)
 - Portfolio de proyectos y casos prácticos (1 ECTS, 25 horas)

Sistema de evaluación

Todas las materias se evaluarán mediante el sistema de evaluación continua a través del cual se proporciona una información constante, tanto al profesorado como al alumnado del proceso de aprendizaje a lo largo del periodo académico. A modo indicativo los criterios que regirán el sistema de evaluación del grado son los siguientes:

- Aquellas actividades formativas orientadas a la adquisición de conocimientos y en las que predomine el estudio individual se podrán evaluar con pruebas orales y/o escritas que corresponderán como máximo al 40% de la nota final.

- Por su parte, aquellas acciones formativas dirigidas a la adquisición de las competencias prácticas de las asignaturas se evaluarán a través de la realización de diferentes actividades (trabajos, casos, resolución de retos, etc.) correspondiendo en su conjunto, como mínimo a un 60% de la nota final.

Bibliografía

Gestión de la innovación

- Chesbrough, H. (2005): Open Innovation. Harvard Business School Press. Boston.
- Collins, J (2011): Empresas que caen y por qué otras sobreviven. Ed. Deusto. Barcelona.
- Florida, R. (2010): La clase creativa. La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI. Paidós. Barcelona.
- Godin, S. (2012): ¡Hazlo! ¿Cuándo fue la última vez que hiciste algo por primera vez? Ed. B.S.A. Barcelona.
- Hamel G & Bren B. (2007): The future of Management. Harvard Business School Press.
- Hamel G. (2006): The Why, What, and How of Management Innovation, Harvard Business Review, February. HBS.
- Irizar, I. (2012): El Plan de Negocio en la práctica. Ed. Netbiblo. La Coruña.
- Katz, R. (2004): The Human Side of Managing Technological Innovation. Oxford University Press. New York.
- Kim & Moubourgne (2005): Blue Ocean Strategy. Harvard Business School Press.
- Mintzberg, H. (2009): Managing. Berrett-Koehler Publishers. Quebec.
- Nonaka, I y Takeuchi, H. (2001): Knowledge Emergence, Social, Technical and Evolutionary dimensions of Knowledge Creation. Oxford University Press. New York.
- OECD (2005): Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation. OECD Publications. Paris.
- Osterwalder, A, y Pigneur, Y. (2011): Generación de modelos de negocio. Deusto-Gestión 2000. Barcelona.
- Peters, T. (2010): Las pequeñas grandes cosas: 163 trucos para conseguir la excelencia. Ed. Deusto. Barcelona.
- Priede, T. y otros (2010): Creación y desarrollo de empresas. Ed. Pirámide. Madrid.
- Sawnhey M., Wolcott R., Arroniz I. (2006): "The 12 Different Ways for Companies to Innovate", MIT Sloan Management Review, Spring Vol47 n3.
- Tushman, M. L., & O'Reilly, C. A. (1996): Ambidextrous organizations: Managing evolutionary and revolutionary change. California Management Review, 38, 8-30.
- Ulrich, K. y Eppinger, S. (2008): Product Design and Development. Irwin/McGraw-Hill. New York.

Digitalización de la innovación

Carayannis, E. et al. (2018): Composite innovation metrics: MCDA and the Quadruple Innovation Helix framework Technological Forecasting and Social Change. Volume 131, Pages 4-17

Muller, A., Välikangas, L. and Merlyn, P. (2005): "Metrics for innovation: guidelines for developing a customized suite of innovation metrics", Strategy & Leadership, Vol. 33 No. 1, pp. 37-45.

Oman, S.K., Tumer, I.Y., Wood, K. et al. (2013): A comparison of creativity and innovation metrics and sample validation through in-class design projects. Res Eng Design 24, 65–92.

Control de costes

ÁLVAREZ-DARDET ESPEJO, C.; Gutiérrez Hidalgo, F. (2009): Contabilidad de Gestión. Cálculo de costes. Pirámide. Madrid.

Álvarez-Dardet, M. C. y Gutiérrez Hidalgo, F. (2010): Contabilidad de gestión. Profundización en el cálculo del coste y proceso de planificación y control. Madrid. Pirámide.

González-Cruz, M.C. et al (2019): Un modelo de control de costes mediante la integración de métodos: Gestión del Valor Ganado y Gestión de Riesgos. CIDIP

Mallo Rodríguez, C. y Jiménez Montañés, M. A. (2009): Contabilidad de Costes. Pirámide. Madrid.

Serra Salvador, V.; Velcher Bellver, S.y Zamorano Benlloch, V. (2007): Sistemas de control de gestión: metodología para su diseño e implantación. Gestión 2000.

Herramientas de soporte

Amabile, T. M. (2018): Creativity in context. Routledge Taylor & Francis Group.

Beins, B.C. (2017): Research method: A tool for life. Ithaca College. New York.

Schwaber, K y Sutherland, J. (2017): The Scrum Guide. The Definitive Guide to Scrum: The Rules of the Game