

Ficha Técnica: Creatividad e Innovación Empresarial
Curso 2025/2026

Asignatura

Nombre Asignatura	Creatividad e Innovación Empresarial
Código	600622039
Créditos ECTS	3.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Doble Grado en ADE y Relaciones Internacionales (Plan 2022)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	3

Datos Generales

➤ PROFESORADO

Dr. Ulpiano J. Vázquez

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos.

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

Esta asignatura pretende analizar el concepto de la innovación empresarial como factor clave de competitividad, la importancia de la tecnología en la empresa, la creación de nuevos productos y modelos de negocio, así como las modalidades básicas de gestión de la innovación en la empresa permitiendo comprender las estrategias reales de innovación en la misma, de modo que el estudiante llegue a ser capaz de diseñar, desplegar y controlar estrategias de innovación en cualquier organización.

También se pretende promover la creatividad y capacidades divergentes de los estudiantes. Para ello, por una parte, se analizan diferentes casos de innovación disruptiva en diferentes sectores, tratando de descubrir los antecedentes y las pautas comunes en la creación de nuevos productos, servicios, canales, etc. Por otra parte, a través de talleres de creación artística se trabajan las capacidades creativas de los estudiantes, buscando los puntos comunes entre el proceso de creación artística y el proceso de innovación empresarial.

➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

Proponer nuevos diseños de trabajo más eficaces y/o con mayores posibilidades de éxito.

Asimilar la importancia de la innovación en términos estratégicos para garantizar el crecimiento estable y rentable de la empresa y su compromiso con la sociedad.

Desarrollar una actitud favorable hacia el aprendizaje continuo y la transformación constante para fomentar creatividad orientada a innovación.

Conocer y practicar metodologías y herramientas para la generación de ideas orientadas a la innovación, presentar, compartir eficazmente e incorporar las respuestas recibidas en un proceso de mejora y optimización.

Exponer de forma clara y con el vocabulario adecuado las ideas y procedimientos.

➤ **COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

BÁSICAS Y GENERALES

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 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.

CG1 - Percepción del carácter unitario del ordenamiento jurídico y de la necesaria visión interdisciplinaria de los problemas jurídicos.

CG4 - Capacidad para liderar de manera positiva personas y equipos de trabajo que impulsen proyectos innovadores.

CG5 - Desarrollar habilidades interpersonales que refuercen el trabajo autónomo.

CG10 - Capacidad para encontrar soluciones alternativas en el planteamiento de un problema o en la utilización de recursos jurídicos con diversos enfoques.

CG12 - Reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética en el campo del Derecho.

TRANSVERSALES

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información

a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la

búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien

común como servicio a la sociedad.

ESPECÍFICAS

CE23 - Comparar la contribución de las culturas y civilizaciones para valorar el progreso humano en la historia a través de la cultura.

CE24 - Reconocer la capacidad de la belleza como vía de acceso a la realidad y como fuente de mejora de la creatividad.

CE28 - Distinguir y clasificar las herramientas metodológicas propias de las ciencias sociales para analizar con ellas los problemas planteados en el ámbito de las relaciones internacionales.

» CONTENIDO DEL PROGRAMA

La materia está organizada en bloques de aprendizaje por temática, los cuales, a su vez, están divididos en pasos concretos siguiendo la metodología del MIT:

¿Quién es nuestro cliente?

Segmentación de mercados.

Beachhead market.

Perfil del End User.

TAM del Beachhead.

Perfil del Persona.

Identificar los siguientes 10 clientes.

¿Qué podemos hacer por nuestro cliente?

Caso completo del uso de vida del producto.

Especificación del producto.

Cuantificación de la propuesta de valor.

Definir nuestro núcleo.

Definir nuestra posición competitiva.

¿Cómo adquiere el cliente nuestro producto?

Determinar la Unidad de decisión del Cliente DMU.

Mapear el proceso de adquisición de un cliente que paga.

Mapear el proceso de ventas para adquirir un cliente.

¿Cómo obtenemos dinero con nuestro producto?

Diseño del modelo de negocio.

Framework de precios.

Cálculo del Life Time Value LTV.

Cálculo del Cost of Customer Acquisition COCA.

¿Cómo diseñamos y construimos nuestro producto?

Identificar los puntos clave.

Testar los puntos clave.

Definir el Producto Mínimo Viable MVBP.

Mostrar que los clientes comprarán nuestro producto.

¿Cómo escalamos nuestro negocio?

Calcular el TAM de los mercados adyacentes.

Desarrollo del Plan de Producto.

Lean Canvas Model

Lean Canvas model.

➤ ACTIVIDADES FORMATIVAS

El desarrollo de la asignatura contempla una amplia variedad de **actividades formativas y metodologías docentes**, orientadas al logro de los resultados de aprendizaje y al desarrollo competencial del estudiante.

Las **actividades formativas** incluyen:

- Sesiones presenciales, en las que se trabajan de forma directa los contenidos fundamentales de la asignatura.
- Resolución presencial de actividades, centradas en la aplicación práctica de los contenidos.
- Tutorías virtuales, destinadas al acompañamiento académico y orientación personalizada del estudiante.
- Pruebas de evaluación presenciales, mediante las cuales se verifica el grado de adquisición de competencias y conocimientos.
- Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante, fundamental para la preparación de las sesiones y la consolidación de los aprendizajes.
- Trabajo Fin de Estudio, en el que el estudiante integra los conocimientos y competencias adquiridas a lo largo del plan formativo.

Las **metodologías docentes** aplicadas responden a un modelo pedagógico de aprendizaje activo centrado en el estudiante e incluyen:

Métodos de enseñanza magistral con mediación tecnológica, que abarcan clases expositivas, resolución de ejercicios, problemas y análisis de casos prácticos. Este tipo de enfoque promueve el conocimiento por comprensión y, gracias a la función motivacional de los recursos tecnológicos utilizados, supera las limitaciones de la enseñanza meramente transmisiva, generando en el estudiante el interés por seguir aprendiendo e implicándose activamente en su propio proceso formativo.

Métodos activos, que se basan en la participación y el aprendizaje significativo del alumnado. Entre ellos se incluyen el estudio de casos, el aprendizaje cooperativo, el trabajo por proyectos, el aprendizaje basado en problemas y el aprendizaje-servicio. Estas metodologías sitúan al estudiante como protagonista de su aprendizaje, favoreciendo el pensamiento crítico, la colaboración y la transferencia de conocimientos a contextos reales.

Métodos fundamentados en el aprendizaje individual, que se concretan en el estudio personal, el aprendizaje acompañado mediante lecturas y materiales complementarios, y la realización de actividades individuales. Estos métodos permiten al estudiante marcar su propio ritmo de trabajo, definir sus objetivos de aprendizaje, organizar su estudio y autoevaluar su progreso.

Clase magistral, entendida como la exposición por parte del profesor de los conceptos teóricos esenciales vinculados a los contenidos científicos de la materia. Esta metodología continúa teniendo valor en contextos donde se requiere una transmisión rigurosa y estructurada del conocimiento.

➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

La evaluación del aprendizaje del estudiantado se lleva a cabo mediante una combinación de métodos que permiten valorar de forma **continua y formativa** la adquisición de las competencias previstas en la asignatura. La estrategia evaluativa se fundamenta en la diversidad de instrumentos y evidencias, buscando un equilibrio entre la evaluación objetiva y la valoración del progreso individual del estudiante. Los criterios y métodos de evaluación responden al modelo educativo de la Universidad Villanueva, centrado en el desarrollo integral del alumno, el aprendizaje significativo y la implicación activa en su proceso formativo.

1. Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria

SISTEMA DE EVALUACIÓN		PONDERACIÓN
Examen	Prueba objetiva (oral u escrita): Exámenes sobre la materia (tipo test, de desarrollo, de contenido, análisis de casos, etc.)	50%
Evaluación continua	Actividades formativas: Presentaciones, informes, trabajos individuales o grupales, dossier de prácticas o ejercicios prácticos.	40%
	Asistencia y participación	10%

Para aprobar la asignatura, es necesario superar satisfactoriamente tanto el examen (5 puntos) como la evaluación continua.

2. Criterios de evaluación de la convocatoria extraordinaria

La convocatoria extraordinaria contempla tres posibles situaciones:

- Estudiantes que hayan superado la evaluación continua pero no hayan aprobado el examen en convocatoria ordinaria: En este caso, se **conserva la calificación de la evaluación continua**, y el estudiante deberá presentarse únicamente al examen final. La calificación global resultará de la combinación de ambas partes, manteniendo los mismos porcentajes establecidos en la convocatoria ordinaria.
- Estudiantes que no hayan superado la evaluación continua: Estos estudiantes deberán presentarse al **examen final** en la convocatoria extraordinaria, que incluirá contenidos teóricos y prácticos y permitirá recuperar las competencias no alcanzadas. En este caso, el

examen podrá representar el **100% de la calificación final**.

- c) Estudiantes que no hayan participado en la evaluación continua:

En este supuesto, el estudiante podrá presentarse a un **examen final de carácter global**, cuya calificación máxima será del **80%** del total de la asignatura.

3. Criterios sobre la calificación de "No presentado"

La calificación de "No presentado" se aplicará exclusivamente cuando el estudiante **no haya realizado ninguna de las pruebas o evidencias de evaluación** previstas en la convocatoria correspondiente (ordinaria o extraordinaria). La participación, aunque sea parcial, en alguna actividad evaluable implica necesariamente la asignación de una calificación numérica

4. Evaluación de estudiantes en segunda o sucesivas matrículas

En el caso de estudiantes matriculados en **segunda o sucesivas convocatorias**, que no tienen obligación de asistencia presencial, la evaluación se adaptará a su situación académica. En estos casos:

- No se evaluará la participación ni la asistencia presencial.
- Se establecerán **actividades equivalentes a las presenciales**, tales como trabajos, análisis de casos, tareas prácticas o pruebas escritas, que permitan verificar la adquisición de competencias.
- La **calificación final** se regirá por los **mismos criterios de exigencia y calidad** que en el resto de las convocatorias, garantizando la equidad y coherencia del proceso evaluativo.

DISPENSAS ACADÉMICAS

Los estudiantes que cuenten con una **dispensa académica** concedida por la universidad por motivos laborales, de salud, familiares, deportistas de élite u otras causas justificadas debidamente acreditadas estarán exentos de la obligación de asistencia presencial a las sesiones de clase. No obstante, deberán cumplir con las actividades de evaluación y aprendizaje que se les asignen, siguiendo una **modalidad adaptada** que les permita alcanzar los resultados de aprendizaje de la asignatura.

En estos casos:

- No se aplicará la calificación asociada a la **participación presencial** ni a otras actividades cuyo desarrollo requiera asistencia física.
- El profesorado establecerá **actividades o pruebas alternativas** que permitan evidenciar el grado de adquisición de las competencias correspondientes.
- Estas actividades podrán incluir trabajos individuales, resolución de casos, análisis de lecturas,

cuestionarios, tutorías virtuales u otras estrategias acordadas entre el estudiante y el docente responsable de la asignatura.

- La **evaluación final** se realizará con los **mismos criterios de calidad y exigencia** que el resto del alumnado, asegurando la equidad del proceso evaluativo.

Es responsabilidad del estudiante con dispensa mantenerse informado sobre los contenidos y actividades de la asignatura, así como coordinar con el profesorado la planificación y entrega de las evidencias que sustituirán a las actividades presenciales

ASISTENCIA

La asistencia a clase constituye un elemento fundamental dentro del proceso de evaluación continua, en tanto que favorece el seguimiento regular de la asignatura, la participación del estudiante y el desarrollo de las competencias previstas.

En este sentido, se establecen los siguientes criterios:

- Los estudiantes que asistan, al menos, al **80% de las sesiones programadas** obtendrán todo el porcentaje asignado a la asistencia en la calificación final, que corresponde a un **10% de la nota global de la asignatura**.
- Los **retrasos injustificados** impedirán el acceso al aula una vez iniciada la sesión. Estos se contabilizarán como ausencias a efectos de evaluación, salvo circunstancias excepcionales previamente autorizadas por el profesorado.

La asistencia será registrada de manera sistemática por el profesorado, y se considerará exclusivamente en la convocatoria ordinaria. En el caso de estudiantes con dispensa académica o matriculados en segunda o sucesivas convocatorias, este criterio no será aplicable y será sustituido por actividades evaluables alternativas, según lo establecido en los apartados correspondientes.

➤ BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Bibliografía básica actualizada:

Aulet, B. (2024). Disciplined entrepreneurship: 24 steps to a successful startup. John Wiley & Sons.

Bibliografía complementaria:

Aulet, B. (2017). Disciplined entrepreneurship workbook. John Wiley & Sons.

Maurya, A. (2012). Lean canvas. Deutso:(sd).

Serrat, O. (2017). The SCAMPER technique. In Knowledge Solutions (pp. 311-314). Springer, Singapore.

Rawlinson, J. G. (2017). Creative thinking and brainstorming. Routledge.

Buzan, T., & Buzan, B. (2006). The mind map book. Pearson Education.

Denning, P. J., & Dew, N. (2012). The myth of the elevator pitch. Communications of the ACM, 55(6), 38-40.

Belbin, R. M. (2010). Management teams. Routledge.

➤ **HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

El profesor estará a disposición de los alumnos para cualquier duda en tutorías, previa solicitud al correo electrónico ulpiano.vazquez@villanueva.edu en función del grupo.

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta guía docente se ha elaborado de acuerdo con la memoria verificada de la titulación.