

Grado en Administración y Dirección de Empresas y Transformación de Negocios

Asignatura: Innovación y creación de productos y servicios

Materia: Empresa

Créditos: 6 ECTS

Programa: Grado

Modalidad: Presencial

Curso: Cuarto

Semestre: Primero

Año Académico: 2026-2027

1. Índice

1.	Índice	2
2.	Presentación.....	3
3.	Resultados de aprendizaje de la titulación.....	3
4.	Resultados de aprendizaje de la materia	4
5.	Contenidos	5
6.	Metodología	6
7.	Evaluación	7
8.	Bibliografía	8

2. Presentación

Transformar un negocio requiere mucha innovación. Esta asignatura proporciona metodologías de diseño de productos y servicios aplicando herramientas y técnicas de pensamiento creativo en los que la observación, la inmersión y la experimentación son claves para la innovación de los mismos. Además, persigue la mejora de la experiencia del consumidor, los proveedores y los stakeholders de la empresa mediante la introducción a la innovación, la innovación tecnológica, procesos y modelos de negocio, la Digitalización y principales tecnologías digitales, Moonshot Thinking, sesiones de Creatividad y generación de ideas, Design Thinking con el fin de juntar todas las piezas para diseñar un producto / servicio y llegar hacia la transformación del negocio.

3. Resultados de aprendizaje de la titulación

- RAT1 - El titulado será capaz de reconocer las tareas de las distintas áreas funcionales de una empresa o institución teniendo en cuenta el aprendizaje teórico previo de las estructuras empresariales.
- RAT4 - El estudiante describirá las técnicas del management en el desarrollo de las organizaciones empresariales mediante diferentes pruebas escritas.
- RAT5 - El titulado describirá las características de las instituciones y procedimientos del sistema jurídico español y europeo y su incidencia en el entorno empresarial, mediante una prueba escrita u oral.
- RAT6 - El graduado interpretará las diferentes técnicas de análisis de datos, para la valoración de la viabilidad de un proyecto empresarial.
- RAT7 - El estudiante, a la finalización del Grado será capaz de identificar los principios y prácticas de los RRHH de las organizaciones mediante el aprendizaje basado en estudios de casos reales.
- RAT8 - El titulado será capaz de describir de forma detallada los principios de la evaluación de riesgos laborales y los planes de actuación que conllevan para su implantación en una empresa.
- RAT9 - El estudiante podrá explicar cualquier conocimiento/información de forma clara y precisa, oralmente y por escrito, en catalán, castellano y en una tercera lengua, especialmente el inglés.
- RAT10 - El estudiante podrá aplicar las tecnologías digitales (en los momentos necesarios) en su ámbito de conocimiento
- RAT11 - Al finalizar el Grado, el/la estudiante será capaz de aplicar las técnicas de trabajo en equipo de forma autónoma.
- RAT12 - El titulado/a será capaz de desarrollar un proyecto de comercialización y promoción tradicional y digital dentro del ámbito empresarial.
- RAT13 - El graduado podrá analizar operaciones económicas de las empresas, que hayan sido realizadas en los mercados financieros.
- RAT16 - El graduado/a, podrá interpretar la información económico-financiera de entidades e instituciones empresariales en relación con su entorno.
- RAT17 - Al finalizar el Grado, el titulado/a será capaz de aplicar técnicas para el análisis y solución de problemas en entornos empresariales cambiantes mediante la realización de retos y métodos de resolución de problemas.
- RAT18 - El estudiante podrá proponer soluciones innovadoras, creativas y emprendedoras en situaciones propias del ámbito profesional.

- RAT19 - El estudiante será capaz de evaluar la sostenibilidad y el impacto social de las propuestas planteadas con responsabilidad ética, medioambiental y profesional.
- RAT20 - El estudiante será capaz de aplicar la perspectiva de género en las tareas propias del ámbito profesional.
- RAT21 - El Graduado o Graduada, podrá contrastar la información económico-financiera de entidades e instituciones empresariales en relación con su entorno, a través del análisis de las cuentas de resultados de las empresas.
- RAT23 – El graduado/a será capaz de proponer activamente un plan implementación y mantenimiento de los sistemas de información y comunicación para la transformación digital de la organización, mediante un proyecto basado en un caso de empresa real.
- RAT24 – A la finalización de los estudios de Grado, el/la estudiante será capaz de planificar proyectos de servicios y sistemas informáticos en todos los ámbitos empresariales.
- RAT25 - El titulado o titulada será capaz de priorizar las tareas operativas de las distintas áreas funcionales de una empresa o institución.

4. Resultados de aprendizaje de la materia

- RAM2 – El estudiante será capaz de utilizar de forma solvente las herramientas proporcionadas por la gestión de proyectos en la realidad empresarial.
- RAM5 – El estudiante será capaz de organizar en equipo, un proyecto de negocios en el que participen todos los departamentos de una empresa.
- RAM7 – El estudiante será capaz de relacionar adecuadamente los conceptos fundamentales de la actualidad empresarial para la obtención de una visión amplia de la realidad económica que afecta a la empresa.

5. Contenidos

Esta asignatura analiza la importancia de la innovación en la empresa ya sea referida a innovaciones en el producto, en el proceso o en los modelos de negocio. Se analizan las características que tienen que tener las empresas o los productos de estas para ser calificados como innovadoras para poder implantarlas en un modelo de negocio innovador y que responda las demandas de los clientes y del mercado. Tratará temas como:

1. La teoría neoclásica y la evolucionista
 - 1.1. la teoría neoclásica: El análisis de la innovación desde la teoría neoclásica se basa en la eficiencia de mercado y en el equilibrio entre oferta y demanda, asumiendo agentes racionales y procesos lineales.
 - 1.2. la teoría evolucionista: Por contraste, la teoría evolucionista enfatiza el cambio dinámico, el aprendizaje organizativo, la incertidumbre y la heterogeneidad entre empresas como factores clave para explicar cómo surgen, se desarrollan y sobreviven innovaciones.
2. Modelos de innovación para crear nuevos productos.
 - 2.1. La innovación cerrada se basa únicamente en la investigación y el desarrollo internos
 - 2.2. La innovación abierta integra flujos internos y externos de ideas, conocimientos y tecnologías.
 - 2.3. Science push
 - 2.4. demand pull
 - 2.5. Crowdsourcing y colaboración con expertos: El crowdsourcing permite aprovechar la inteligencia colectiva del público para generar ideas, resolver problemas o validar productos.
 - 2.6. Cuando se complementa con la colaboración estructurada con expertos técnicos, científicos o de diseño, se potencia la capacidad de desarrollo de soluciones diferenciadas y ajustadas al mercado.
3. Servicios tecnológicos
 - 3.1. Servicios tecnológicos de expertos de forma que las ideas y tecnologías de determinadas empresas transforman y expandan el negocio adecuadamente:
 - 3.2. Las empresas pueden acceder a competencias especializadas a través de proveedores tecnológicos, universidades o centros de innovación.
 - 3.3. La transferencia de tecnología y conocimiento permite que ideas o activos latentes se conviertan en productos, servicios o modelos de negocio escalables, alineados con las oportunidades del mercado.
4. Actividades innovadoras y empresas innovadoras y su proceso:
 - 4.1. Las empresas innovadoras desarrollan una cultura organizativa orientada al cambio, procesos estructurados para la generación y selección de ideas, y mecanismos para reducir el riesgo de fallo.
 - 4.2. La innovación no es un acto aislado, sino un proceso continuo que incluye vigilancia tecnológica, prototipado, testeo con clientes, y aprendizaje iterativo.

5. Innovación del producto: design thinking:
 - 5.1. El Design Thinking es un enfoque centrado en el usuario que permite idear productos innovadores a partir de la empatía, la definición precisa del problema, la generación de ideas, la creación de prototipos y la validación.
 - 5.2. Este método favorece la alineación entre las necesidades reales de los clientes y las soluciones ofrecidas por la empresa.
6. Innovación del proceso: Lean manufacturing
 - 6.1. La innovación en procesos productivos se enfoca en mejorar la eficiencia, eliminar desperdicios y maximizar el valor percibido por el cliente.
 - 6.2. El enfoque Lean Manufacturing es clave en este sentido, al permitir rediseñar operaciones para lograr mayor agilidad, calidad y ahorro de recursos sin comprometer la adaptabilidad.
7. Impacto de la innovación sobre resultados de la empresa en búsqueda de transformación o expansión
 - 7.1. La innovación puede convertirse en un motor estratégico de crecimiento, permitiendo acceder a nuevos mercados, redefinir el modelo de negocio, mejorar la rentabilidad o incrementar la fidelización del cliente.
 - 7.2. Las métricas deben considerar no solo los ingresos, sino también el aprendizaje organizativo, la adaptación cultural y la sostenibilidad del modelo.

Aplicación mediante ejemplos y ejercicios de la Responsabilidad Social Corporativa para asegurar una mejor comunidad sostenible y continuidad en la concienciación de su importancia. Integrar la RSC en la innovación contribuye a crear valor compartido.

Ejercicios y casos prácticos permiten explorar cómo los nuevos productos y servicios pueden incorporar criterios sociales, medioambientales y éticos, asegurando su legitimidad, impacto positivo y aceptación por parte de una comunidad consciente y comprometida.

6. Metodología

Resultados de aprendizaje trabajados	Metodología docente	Actividades formativas
Conocimiento	Clase magistral	Exposiciones del profesor
	Sesiones expositivas	Exposiciones de los estudiantes
	Tutorías	Reuniones para la resolución de dudas
	Aprendizaje basado en lecturas	Lectura y análisis de documentos
Habilidad	Aprendizaje basado en proyectos	Resolución de problemas
	Aprendizaje basado en audiovisuales	Análisis de audiovisuales
	Aprendizaje basado en casos	Búsqueda y tratamiento de la información

		Resolución de problemas
Competencia	Trabajo por proyectos	Elaboración de informes Presentaciones de informes o trabajos

7. Evaluación

Sistema de evaluación	Peso
Evaluación continua: ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, casos de estudio	40 %
Examen parcial	20 %
Examen final	40 %

La normativa incluye la obligatoriedad de un 75% de asistencia.

1. Las faltas de asistencia se dividen en dos categorías: justificadas y no justificadas. Son faltas justificadas aquellas que pueden demostrarse con un justificante. Son faltas injustificadas el resto de faltas de asistencia.

2. Los justificantes deben entregarse en un plazo máximo de 7 días al profesorado, e incluir claramente los datos personales del estudiante, así como la fecha y el horario en que ha impedido asistir a clase

Evaluación continua

La nota final de la asignatura se calcula en base a la ponderación de tres bloques de evaluación, divididas en actividades evaluables:

- A. Examen parcial: 20%
- B. Ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, exposiciones: 40%
 - 1. Cuatro actividades evaluables: 5% cada una
 - 2. Un trabajo o informe grupal: 10%
 - 3. Una presentación en grupo: 10%
- C. Examen final: 40%

Únicamente se procederá a la ponderación de estos tres bloques, en caso de que la calificación del examen final sea igual o superior a 4.0. Si la calificación del examen final es inferior a 4.0, no podrá superarse la asignatura.

En caso de que la asignatura quede suspendida y, a su vez, la calificación del examen final sea inferior a 5.0, el estudiante puede recuperar el examen final con una prueba adicional. Si la nota ponderada de las actividades del apartado B fuese inferior a 5, esta es también recuperable. Con el resultado obtenido, se procederá al cálculo de la nota final de la asignatura según los criterios anteriores.

Los estudiantes que no se presenten a actividades evaluativas con un peso superior al 50% recibirán una calificación general del curso de "No presentado".

Evaluación Única

La evaluación única consta de un único examen que equivale al 100 % de la nota de la asignatura. El examen, y por tanto la asignatura, se aprueba con una nota de 5 sobre 10 en esta prueba final. En caso de obtener una calificación inferior a 5.0, el estudiante tiene derecho a un examen de recuperación.

Para acogerse a la evaluación única es necesario enviar a coordinación una solicitud por escrito durante los primeros 15 días hábiles del curso.

La normativa incluye la obligatoriedad de un 75% de asistencia.

La asistencia regular a las actividades docentes presenciales constituye un requisito académico fundamental para la adecuada adquisición de las competencias y resultados de aprendizaje de la asignatura. En este sentido, se establece una asistencia mínima obligatoria del 75 % del total de las sesiones programadas.

El incumplimiento de este porcentaje mínimo de asistencia conllevará la pérdida del derecho a presentarse al examen final de la asignatura. En consecuencia, el estudiante será calificado como suspenso, sin posibilidad de acogerse a procesos de reevaluación o segundas oportunidades, de acuerdo con la normativa académica vigente de la Universidad.

1. Las faltas de asistencia se dividen en dos categorías: justificadas y no justificadas. Son faltas justificadas aquellas que pueden demostrarse con un justificante. Son faltas injustificadas el resto de faltas de asistencia.
2. Los justificantes deben entregarse en un plazo máximo de 7 días al profesorado, e incluir claramente los datos personales del estudiante, así como la fecha y el horario en que ha impedido asistir a clase.

8. Bibliografía

- Garcia, R. (2014). *Creating and marketing new products and services* (1st ed.). Routledge.
- Beausoleil, A. M. (2022). *Business Design Thinking and Doing*. Springer International Publishing.
- Cross, N. (2023). *Design thinking: Understanding how designers think and work*. Bloomsbury Publishing.
- Chitale, A. K., & Gupta, R. C. (2023). *Product design and manufacturing*. PHI Learning Pvt. Ltd..
- Magistretti, S., Dell'Era, C., Verganti, R., & Bianchi, M. (2022). The contribution of design thinking to the R of R&D in technological innovation. *R&D Management*, 52(1), 108-125.
- Balakrishnan, B. (2022). Exploring the impact of design thinking tool among design undergraduates: a study on creative skills and motivation to think creatively. *International Journal of Technology and Design Education*, 32(3), 1799-1812.
- Milton, A., & Rodgers, P. (2023). *Research methods for product design*. Hachette UK.
- Baron, J. (2023). *Thinking and deciding*. Cambridge University Press.

- Cross, N. (2023). Design thinking: Understanding how designers think and work. Bloomsbury Publishing.
- Stark, J. (2022). Product lifecycle management (PLM). In Product Lifecycle Management (Volume 1) 21st Century Paradigm for Product Realisation (pp. 1-32). Cham: Springer International Publishing.
- Lopetcharat, K., Paredes, D., & Beckley, J. H. (Eds.). (2022). Product innovation toolbox: a field guide to consumer understanding and research. John Wiley & Sons.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (6th ed.). Wiley.