

Grado en Marketing y Comunicación Digital

Asignatura: Innovación y creatividad

Materia: Desarrollo Profesional

Créditos: 6 ECTS

Programa: Grado

Modalidad: Presencial

Curso: Segundo

Semestre: Primero

Curso Académico: 2026-2027

1. Índice

1.	Índice	2
2.	Presentación.....	3
02.1	Descripción	3
02.2	Aplicaciones profesionales relevantes	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	6
8.	Bibliografía	8
8.1	Bibliografía básica.....	8
8.2	Bibliografía complementaria	8

2. Presentación

02.1 Descripción

Tener una visión de quién eres y qué quieres es clave para el éxito en la vida. Debemos entender qué tipo de líderes somos y / o somos capaces de ser, cómo trabajar en un equipo, cómo comunicar nuestras ideas en un entorno multicultural y qué prácticas éticas y valores tener en cuenta en el momento de tomar decisiones.

Las Soft Skills son tan importantes como las habilidades técnicas y por esta razón, el curso "Desarrollo Profesional" está destinado a entender modelos, métodos y herramientas que se pueden implementar en una empresa para aprovechar el capital intelectual. El objetivo del programa es crear conciencia y determinar que los estudiantes comiencen a desarrollar las habilidades blandas necesarias para liderar personas y equipos, y también para liderarse con éxito a lo largo de su carrera.

02.2 Aplicaciones profesionales relevantes

El conjunto de aprendizaje recibido por el alumno en la asignatura es central en el desempeño de liderazgo y gestión de personas y para el desarrollo profesional de cada uno.

3. Resultados de aprendizaje de la titulación

- RAT1 – El estudiante será capaz de reconocer el modo en que los resultados de la investigación de mercados afectan al diseño, comercialización y comunicación de los productos.
- RAT2 – El estudiante será capaz de identificar las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, y el beneficio que reportan a la empresa.
- RAT4 – El estudiante será capaz de defender una investigación de mercados desde una actitud directiva inspirada en el valor del conocimiento del consumidor.
- RAT7 – El estudiante podrá aplicar las tecnologías digitales (en los momentos necesarios) en su ámbito de conocimiento.
- RAT8 – El estudiante será capaz de desarrollar las estrategias comerciales de marketing y de comunicación tradicionales y online, adecuadas a la estrategia empresarial.
- RAT9 – El estudiante sabrá predecir la evolución de los mercados, mediante el uso de herramientas cuantitativas y predictivas con un enfoque estratégico focalizado en la búsqueda de oportunidades y amenazas.
- RAT10 – El estudiante será capaz de analizar las cuentas de explotación de las distintas unidades estratégicas de negocio de una empresa como base para el diagnóstico objetivo en la toma de decisiones comerciales y de marketing.

- RAT17 – El estudiante sabrá diseñar estrategias comerciales y de marketing tradicional y online consistentes en el análisis pormenorizado de los elementos del macro y micro entorno.
- RAT18 – El estudiante será capaz de diseñar la estructura organizativa de los departamentos de marketing y ventas ateniéndose a criterios de rentabilidad, eficiencia, estímulo del compromiso y mejora continua.
- RAT19 – El estudiante podrá diseñar la integración estratégica de la actividad comercial y de marketing de la empresa con las diferentes áreas funcionales de la misma.
- RAT21 – El estudiante será capaz de formular previsiones de ventas, anticipando tendencias y discontinuidades, para el cumplimiento de los objetivos establecidos.
- RAT23 – El estudiante será capaz de diseñar políticas de responsabilidad social corporativa que colaboren en la mejora de la imagen y de la competitividad de la empresa, con balances sociales y alineadas con la misión y visión de la compañía.

4. Resultados de aprendizaje de la materia

- RAM1 – El estudiante es capaz reconocer adecuadamente sus propias capacidades para la toma de decisiones en el ámbito empresarial.
- RAM2 – El estudiante será capaz de preparar rigurosamente las pautas relativas a las tareas asignadas cumpliendo con los plazos de entrega propuestos en la guía docente de las asignaturas.
- RAM3 – El estudiante será generar de forma solvente iniciativas con actitud proactiva para evitar problemas futuros.
- RAM5 – El estudiante será capaz de adaptarse a los cambios de idea o percepción provocados por personas o situaciones, en ejercicios de simulación en una empresa.

5. Contenidos

1. ¿Qué es la innovación y por qué es importante tenerla en cuenta?

- 1.1 La importancia del contexto global
- 1.2 El contexto según el segmento observado
- 1.3 Tipologías
- 1.4 El proceso
- 1.5 El equipo

2. Creatividad aplicada a proyectos

- 2.1 Design thinking
- 2.2 El briefing en el proceso creativo
- 2.3 Insights en el proceso creativo
- 2.4 Ideas en el proceso creativo
- 2.5 Técnicas creativas

3. Herramientas básicas de diseño gráfico.

- 3.1 Fundamentos del diseño
- 3.2 Percepción visual
- 3.3 Criterios de calidad
- 3.4 Aplicaciones de diseño
 - 3.4.1 Imagen corporativa
 - 3.4.2 Marketing y publicidad
 - 3.4.3 Editorial
 - 3.4.4 Ilustración
 - 3.4.5 Packaging
 - 3.4.6 Web

4. Conceptos básicos y gestión del color

- 4.1 Definición de color
- 4.2 Clasificación del color
- 4.3 El círculo cromático y la armonía entre colores
- 4.4 La interacción entre colores
- 4.5 Síntesis aditiva y sustractiva
- 4.6 Propiedades y simbología del color

5. Fundamentos y gestión de la tipografía

- 5.1 Anatomía tipográfica
- 5.2 Familias de fuentes
- 5.3 Tipografía digital
- 5.4 Elementos tipográficos
- 5.5 Estética tipográfica
- 5.6 Selección y combinación de fuentes

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 al 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

8.1 Bibliografía básica

- Agile Leadership Toolkit: Learning to Thrive with Self-Managing Teams, Koning, Ed. Pearson 2020

8.2 Bibliografía complementaria

- Leadership in Organizations, Global Edition, 9th Edition, Yukl, Ed. Pearson 2020
- The 3D Leader: Take your leadership to the next dimension, Mauri, Ed. Pearson 2020
- The Leader's Guide to Emotional Agility (Emotional Intelligence): How to Use Soft Skills to Get Hard Results, Ed. Pearson 2017
- The Listening Leader: How to drive performance by using communicative leadership, Galli Zugaro & Galli Zugaro, Ed. Pearson 2017
- Santiago Ávila. Aprendiendo a liderar. Ed. Pearson 2015
- Idalberto Chiavetano. Introducción a la teoría general de la administración. McGraw-hill.
- Keith Davis y John W. Newstrom. Comportamiento Humano en el Trabajo. McGraw-Hill.
- Gibson, Ivancevich, Donnelly Jr. Las organizaciones: comportamiento estructura procesos. McGraw-Hill
- Mai Moua. Cultural Intelligent Leadership. Business Expert Press. 2010.
- Linda K. Trevino and Katherine A. Nelson. Managing Business Ethics: Straight talk about how to do it right. John Wiley & Sons. 2007.