



Codi - Assignatura	192214 – Processos d'innovació per a la creació de productes turístics II				
Tipus	Obligatòries			Curs	2n
Bloc Temàtic	Innovació			Crèdits	6 ECTS
Docent responsable de l'assignatura	Anna Busquets				
Professorat	Anna Busquets				
Presencial	60 hores	Dirigit	40 hores	Autònom	50 hores

BREU DESCRIPCIÓ

Aquesta assignatura és la continuació de Processos d'Innovació I. Així com en la primera part del curs, l'alumnat era introduït al concepte de la innovació, la mentalitat necessària per a generar canvis en un sector i els processos a seguir, en aquesta segona part s'emporta als estudiants un pas més enllà.

En Processos d'Innovació II, l'alumnat aprendrà a portar les innovacions definides al mercat. S'exposarà a haver de definir innovacions disruptives en un temps limitat, a planificar i executar el llançament d'aquesta innovació i a validar de manera real la seva projecció en el mercat.

L'assignatura es desenvolupa en un entorn de treball dinàmic en el qual l'alumne haurà de responsabilitzar-se del seu procés d'aprenentatge. Tindrà una guia a seguir, però ell o ella mateix es marcaran els objectius a aconseguir i el pla per a fer la innovació realitat.

Després d'aquesta assignatura, els alumnes participants estaran preparats per a llançar qualsevol projecte d'innovació al mercat i validar la seva viabilitat econòmica, factibilitat de recursos i desitjabilitat del públic objectiu.

COMPETÈNCIES BÀSIQUES

CB02- Que els estudiants sàpiguen aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseeixin les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins la seva àrea.



COMPETÈNCIES GENERALS

CG02- Col·laborar i cooperar amb els altres, formar part d'un equip i treballar junts en processos, tasques o objectius compartits.

CG05- Demostrar capacitat analítica i de síntesi.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

CE08- Dissenyar i desenvolupar productes i processos que generin valor, i que en suposin una novetat, un canvi o la generació d'un avantatge competitiu en el sector.

RESULTATS D'APRENENTATGE

1. Conèixer les principals metodologies d'innovació i aplicar-les al disseny desenvolupament de nous projectes turístics.
2. Dominar les eines d'anàlisi de mercat i oportunitats per a la creació de noves solucions.

CONTINGUTS TEMÀTICS

1. Què és un llançament
 - 1.1. Problema
 - 1.2. Solució
 - 1.3. Per què són importants els llançaments
 - 1.4. Casos d'èxit
 - 1.5. Idees de negoci
 - 1.6. Lliçons clau
 - 1.7. Executar un llançament amb èxit
 - 1.8. Exercici 1: mindmap llançaments
2. Design Thinking Express
 - 2.1. Exercici 2: tria un repte
 - 2.2. Recordant les fases del Design Thinking
 - 2.3. Eines de creativitat
 - 2.4. Defineix la teva proposta de valor
3. Pla de llançament
 - 3.1. Definició d'objectius
 - 3.2. Definició de canals
 - 3.3. Entenent l'algorisme de xarxes socials



- 3.4. Definició del calendari de llançament
- 3.5. Definició de la línia editorial de comunicació
- 3.6. Definició de KPIs

4. Executar un llançament
 - 4.1. De la definició a la implantació
 - 4.2. Eines de seguiment
 - 4.3. Metodologies àgils per a iterar
 - 4.4. Com mesurar resultats
 - 4.5. Quan reajustar
 - 4.6. Exercici 3: aconseguint diners

5. Anàlisi estratègica d'un llançament
 - 5.1. Analitzar resultats
 - 5.2. Obtenir conclusions
 - 5.3. Establir el roadmap d'implantació

ACTIVITATS FORMATIVES

Les metodologies d'aprenentatge associades a aquesta assignatura contemplen un ampli ventall d'accions diferents a fi de donar resposta a l'assoliment de les competències assignades, i que impliquen el desenvolupament de diferents tipus de capacitats referides a l'aprenentatge de processos i aplicabilitat d'actituds dins de l'entorn de les organitzacions a partir de les activitats següents:

- Activitat 1: Mindmap Llançaments
- Activitat 2: Tria un repte i desenvolupa un llançament
- Activitat 3: Aconseguint diners

SISTEMA D'AVALUACIÓ

El sistema d'avaluació mesura el procés d'aprenentatge de l'estudiant tenint en compte les diferents competències i continguts de cada assignatura.

Els estudiants poden escollir entre l'avaluació contínua o l'avaluació única:

Avaluació Contínua: el procés d'ensenyament – aprenentatge és avaluat a través d'un seguiment continu de les activitats realitzades pels estudiants durant el semestre i una avaluació individual final. Els estudiants han d'assistir a les classes per tal de ser avaluats mitjançant l'avaluació contínua.

Avaluació Única: aquells estudiants que no poden assistir regularment a classe poden escollir ser avaluats a través de l'avaluació única. El procés d'ensenyament



– aprenentatge és avaluat mitjançant l'avaluació de totes les activitats i una prova individual final.

Per acollir-se a aquesta modalitat cal sol·licitar-ho a través de l'apartat d'avaluació del Campus Virtual dins dels primers 15 dies des de l'inici de l'assignatura.

La planificació de les activitats d'avaluació serà pública pels estudiants des de la data d'inici de l'assignatura.

Activitats	Tipus	Continuada	Única	Setmana d'entrega
Activitat 1: Mindmap Llançament	Individual	10%	10%	2ª setmana
Activitat 2: Escull un repte i desenvolupa un llançament	Individual / Grupal	40	40%	13ª setmana
Activitat 3: Consegueix diners	Grupal	10%	0%	8ª semana
Examen Final	Individual	40%	50%	Setmana d'examen
Total		100%	100%	

Per aprovar l'assignatura és requisit indispensable haver obtingut una nota final mínima de "5", sempre i quan l'estudiant hagi realitzat la/es prova/es individual/s establerta/es a l'assignatura. Aquesta/es prova/es o treball/s final/s han d'estar qualificades amb un mínim de "4" per a poder calcular la mitjana de totes les activitats d'avaluació realitzades durant el curs.

Revisió i Reavaluació de l'Assignatura

L'estudiant té dret a la revisió de totes les evidències d'avaluació que hagin estat dissenyades per a la valoració del seu aprenentatge.

Si l'estudiant no aconsegueix assolir els objectius d'aprenentatge de l'assignatura, per a optar a una reavaluació d'assignatura serà imprescindible haver obtingut una qualificació final de l'assignatura entre "4-4,9", i haver-se presentat a la/es prova/es o treball/s final/s individual/s del curs.

El procés de reavaluació només implicarà modificació de l'acta de qualificació final en el cas que la nova prova d'avaluació sigui aprovada i, en qualsevol cas, la qualificació màxima serà de "5". Aquesta qualificació farà mitjana amb la resta de qualificacions de les activitats d'avaluació que hagi realitzat l'estudiant durant el



Centre adscrit

UNIVERSITAT DE
BARCELONA

període lectiu corresponent, tenint en compte els percentatges establerts en cada assignatura, configurant la nota final de l'assignatura.

FONTS D'INFORMACIÓ

Godin, S. (2002) La vaca púrpura. Gestión 2000. Design Thinking Comunidad Online

(2021) Herramientas Design Thinking, extraído el 29 de julio de 2021 de:

<https://www.designthinking.services/descargar-herramientas-design-thinking/>

Moote, I. (2014) Design thinking para la innovación estratégica: Lo que no te pueden enseñar en las escuelas de negocios ni en las de diseño (Empresa Activa ilustrado)

Sainz de Vicuña, J. M. (2018) El Plan de Marketing Digital en la práctica. ESIC Editorial.

Miller, D. (2018) Cómo construir una Story-Brand. Empresa Activa.

Macía, F. (2018) Estrategias de Marketing Digital. Anaya Multimedia.

Rosales, P. (2010) Estrategia Digital. Deusto

Walker, Jaff. Launch: An Internet Millionaire's Secret Formula to Sell Almost Anything Online. Ed. Moragn James

Nir Eyal, (2014) Hooked: How to Build Habit-Forming Products (Portfolio). Ed. Penguin.