



Código - Asignatura		481103 – Organización de empresas creativas e innovadoras			
Tipo	Formación básica		Curso	1º	
Materia	Empresa		Créditos	6 ECTS	
Responsable de la asignatura					
Presencial	60 horas	Dirigido	40 horas	Autónomo	50 horas

BREVE DESCRIPCIÓN

La asignatura "Organización de Empresas Creativas e Innovadoras" está diseñada para proporcionar una comprensión profunda de los principios y prácticas esenciales que fomentan la creatividad y la innovación en el ámbito empresarial con un especial enfoque en el sector del marketing y los eventos.

En la primera parte del curso, se abordan los fundamentos de la creatividad y la innovación en el contexto empresarial, exponiendo diversos modelos y estructuras organizativas que fomentan la creatividad y la innovación como, por ejemplo, el Business Model Canvas.

La segunda parte del curso, se centra en explicar las habilidades necesarias para gestionar y liderar equipos creativos. Los estudiantes aprenderán las características esenciales de los equipos creativos y cómo formarlos, además de técnicas de liderazgo específicamente diseñadas para inspirar y gestionar equipos multidisciplinares y creativos.

También se abordarán métodos efectivos para resolver conflictos y mantener la motivación dentro de estos equipos. Además, se impartirán conocimientos sobre herramientas y técnicas para promover la innovación en las como son el Design Thinking y/o las metodologías ágiles, así como técnicas para la generación y desarrollo de ideas innovadoras y la gestión del ciclo de vida de la innovación, desde la ideación hasta la implementación y evaluación.

Finalmente, el curso explora casos de éxito y fracaso en empresas creativas e innovadoras, analizando ejemplos de empresas como Airbnb, Google y Pixar, con el propósito de identificar los factores que contribuyen al éxito y/o al fracaso en estas empresas, teniendo en cuenta factores como el impacto de la innovación en la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial. Esta asignatura no solo preparará a los estudiantes para enfrentar los desafíos del entorno empresarial actual, sino que también los inspirará a ser agentes de cambio dentro de cualquier organización, especialmente en el sector del marketing y los eventos.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El proceso de aprendizaje diseñado para esta asignatura permite la consecución de los siguientes Resultados de Aprendizaje de Materia:

M01H5- Indicar nuevos conocimientos y actitudes con capacidad creativa.

M01H7- Interpretar la evolución del entorno y su adaptación a nuevas situaciones.

Asimismo, estos contribuyen a la consecución de los siguientes Resultados de Aprendizaje de Titulación: *TC06, TC07, TH01, TH04, TH05, TH11, TS01, TS03, TS04, TS07, TS09, TS12*. Se pueden consultar todos en [el siguiente enlace](#).

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. Fundamentos de la creatividad y la innovación en el contexto empresarial.
 - 1.1. Conceptos básicos de creatividad e innovación.
 - 1.2. Diferencias entre creatividad e innovación.
 - 1.3. Relevancia de la creatividad y la innovación en el turismo.

2. Modelos y estructuras organizativas que fomentan la creatividad y la innovación.
 - 2.1. Business Model Canvas Patrones.
 - 2.2. Modelo de Negocio.
 - 2.3. Técnicas de Diseño Modelo de Negocio.
 - 2.4. Estrategia de Modelos de Negocio.
 - 2.5. Omnicanalidad.

3. Habilidades para gestionar y liderar equipos creativos.
 - 3.1. Características de los equipos creativos.
 - 3.2. Técnicas de liderazgo para equipos creativos.
 - 3.3. Resolución de conflictos y motivación en equipos creativos.

4. Herramientas y técnicas para promover la innovación en las empresas turísticas.
 - 4.1. Design Thinking y metodologías ágiles.
 - 4.2. Técnicas de ideación y desarrollo de conceptos.
 - 4.3. Gestión del ciclo de vida de la innovación.

5. Casos de éxito y fracaso en empresas creativas e innovadoras.
 - 5.1. Estudio de casos de empresas como Airbnb, Google, y Pixar.
 - 5.2. Factores clave de éxito y causas comunes de fracaso.
 - 5.3. Impacto de la innovación en la sostenibilidad y la responsabilidad social.



METODOLOGÍAS DE APRENDIZAJE

Las metodologías de aprendizaje asociadas a esta asignatura contemplan una gran variedad de acciones diferentes con el fin de dar respuesta a la consecución de los resultados de aprendizaje asociados, y que implican el desarrollo de diferentes tipos de capacidades referidas al aprendizaje de procesos y aplicabilidad de actitudes dentro del entorno de las organizaciones a partir de las actividades siguientes:

- Clases expositivas.
- Estudio de casos.
- Debate dirigido.
- Ejercicios prácticos.
- Aprendizaje basado en problemas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación mide el proceso de aprendizaje del estudiante teniendo en cuenta los resultados de aprendizaje y los contenidos de cada asignatura.

Los estudiantes pueden escoger entre la evaluación continua o la evaluación única:

Evaluación Continua: el proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado a través de un seguimiento continuo de las actividades realizadas por los estudiantes durante el semestre y una evaluación individual final. Los estudiantes deben asistir a las clases para ser evaluados mediante la evaluación continua.

Evaluación Única: aquellos estudiantes que no pueden asistir regularmente a clase pueden escoger ser evaluados a través de la evaluación única. El proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado mediante la evaluación de todas las actividades y una prueba individual final.

Para acogerse en esta modalidad hace falta solicitarlo a través del apartado de evaluación del Campus Virtual dentro de los primeros 15 días desde el inicio de la asignatura.

La planificación de las actividades de evaluación será pública para los estudiantes desde la fecha de inicio de la asignatura.



Actividades	Tipo	Continuada	Única	Semana de entrega ¹
Presentación de un Business Model Canvas	Grupal	30%	-	3ª semana
Innovación en los Modelos de Negocio	Grupal	30%	-	8ª semana
Examen Final	Individual	40%	60%	Semana de examen
Total		100%	100%	

Para aprobar la asignatura es requisito indispensable haber obtenido una nota final mínima de “5”, siempre y cuando el estudiante haya realizado la prueba/s o trabajo/s individuales establecidos en la asignatura. Esta prueba/s o trabajo/s final deben estar calificadas con un mínimo de “4” para poder calcular la media de todas las actividades de evaluación realizadas durante el curso.

Revisión y Reevaluación de la Asignatura

El estudiante tiene derecho a la revisión de todas las evidencias de evaluación que hayan sido diseñadas para la valoración de su aprendizaje.

Si el estudiante no consigue lograr los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación de asignatura será imprescindible haber obtenido una calificación final de la asignatura entre “4-4.9”, y haberse presentado a la prueba/s o trabajo/s finales individuales del curso.

El proceso de reevaluación sólo implicará modificación del acta de calificación final en caso de que la nueva prueba de evaluación sea aprobada y, en cualquier caso, la calificación máxima será de “5”. Esta calificación hará media con el resto de calificaciones de las actividades de evaluación que haya realizado el estudiante durante el período lectivo correspondiente, teniendo en cuenta los porcentajes establecidos en cada asignatura, configurando la nota final de la asignatura.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Ovans, Andrea. 2015. “What is a business model?” Harvard Business Review. <https://hbr.org/2015/01/what-is-a-business-model?language=es>

Why Business Models Matter by Joan Magretta From the Magazine (May 2002): <https://hbr.org/2002/05/why-business-models-matter>

¹ La semana de entrega es una estimación que está sujeta a cambios que puedan surgir a raíz de posibles modificaciones en la planificación o las circunstancias del plan de estudios.



Libros

Ash Maurya, (2012). Running lean: iterate from plan A to a plan that works, O'Reilly Media, Inc.

Blank, S. 2013. "Why the lean startup changes everything." Harvard Business Review. file:///C:/Users/PC-21/Downloads/Why%20the%20lean%20startup%20changes%20everything%20(HBS%20article).pdf

Design Thinking Comes of Age by Jon Kolko FROM THE SEPTEMBER 2015 ISSUE. Harvard Business Review.

Eric Ries, (2011). The Lean Start up: how constant innovation creates radically successful businesses, Portfolio Penguin.

John Mullins, Randy Komisar (2009). Getting to plan B: Breaking through to a better business model, Harvard Business Press.

Steve Blank, Bob Dorf (2012). The start up owner's manual: the step-by-step guide for building a great company, K&S Ranch.

Recursos en línea

The Four Biggest Challenges Digital Platforms Need to Address. Jul 8, 2019. MIT IDE Paula Klein, Editor <https://medium.com/mit-initiative-on-the-digital-economy/the-four-biggest-challenges-digital-platforms-need-to-address-a842413ee3c7>

'How to' Pitch Slide Deck:

One of the most popular how to slide decks: <http://www.slideshare.net/Sky7777/the-best-startup-pitch-deck-how-to-present-to-angels-v-cs?related=1>

From our friends at Barcinno (structure was used e.g. for Club Kviar): <http://www.slideshare.net/Barcinno/the-perfect-startup-pitch-deck-24239339?related=2>

More advice on how to create a pitch deck: <http://www.slideshare.net/ryanspoon/how-to-create-an-early-stage-pitch-deck>

Videos of Venture Pitches: https://www.youtube.com/watch?v=XSk3xO2-3rE&list=PLuaXCn-rFmCi04BXWge0rJV_hj0z-KQpA