



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

# **GUIA DOCENTE GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL 2025-26**

## DATOS GENERALES

<b>Nombre:</b>	GESTION DE LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL
<b>Código:</b>	801876
<b>Curso:</b>	2025-26
<b>Titulación:</b>	Máster en Comunicación de la Tecnología y la Innovación
<b>Nº de créditos (ECTS):</b>	5
<b>Ubicación en el plan de estudios:</b>	1er cuatrimestre
<b>Departamento:</b>	
<b>Responsable departamento:</b>	
<b>Fecha de la última revisión:</b>	Julio 2025
<b>Profesorado:</b>	Noèlia Hurtado Soriano

## 1. DESCRIPCIÓN GENERAL

---

La innovación se ha consolidado como un pilar estratégico esencial para la sostenibilidad, diferenciación y crecimiento en las organizaciones en un entorno marcado por la transformación constante. En este contexto, la asignatura *Innovación empresarial* ofrece una visión integral sobre los procesos, metodologías y competencias necesarias para liderar la innovación desde una perspectiva estratégica y comunicativa.

Se explorarán los fundamentos de la innovación en sus distintas dimensiones —producto, servicio, proceso, organizacional y modelo de negocio—, así como las condiciones culturales, organizativas y tecnológicas que la favorecen. Se profundizará en el papel del liderazgo, la gestión del talento creativo y la creación de entornos colaborativos que favorezcan la experimentación y la agilidad en la toma de decisiones.

Especial atención se prestará al impacto de la tecnología y la digitalización como motores de innovación disruptiva. Se estudiará cómo herramientas digitales, plataformas colaborativas, inteligencia artificial, big data o automatización están transformando no solo los modelos de negocio, sino también la forma en que las organizaciones comunican, interactúan y generan valor.

Asimismo, se analizará el papel estratégico de la comunicación en los procesos de innovación, tanto en la gestión del cambio interno como en la construcción de narrativas que posicionen la innovación como parte de la identidad de marca. A través del estudio de casos reales y el desarrollo de un proyecto aplicado, el alumnado adquirirá herramientas prácticas para diseñar, gestionar y comunicar procesos innovadores con impacto social, ético y sostenible.

La asignatura combina una base teórica sólida con un enfoque práctico y colaborativo, fomentando el pensamiento crítico, la creatividad y la capacidad de liderar proyectos de innovación en entornos empresariales altamente digitalizados y cambiantes.

## 2. OBJETIVOS

---

- Comprender los conceptos clave y tipologías de innovación en el entorno empresarial, reconociendo su papel como motor de competitividad y transformación organizacional.
- Analizar el impacto de la cultura organizacional y del liderazgo en la promoción de entornos innovadores, valorando el papel de los equipos creativos y el talento multidisciplinar.
- Explorar y aplicar metodologías ágiles de innovación como Design Thinking, Lean Startup y la innovación abierta, entendiendo su utilidad en la generación de soluciones centradas en el usuario.
- Diseñar un proceso estratégico de innovación empresarial, desde la identificación de oportunidades hasta la implementación de ideas, integrando en los casos necesarios herramientas digitales y tecnologías emergentes que potencien dicho proceso.
- Evaluar la innovación a través de indicadores y métricas relevantes, interpretando resultados, incluidos los derivados de entornos digitales, para la toma de decisiones y la mejora continua del proceso innovador.
- Analizar el papel de la comunicación en los procesos de innovación, comprendiendo cómo influye en la aceptación del cambio tanto interna como externamente.
- Aplicar estrategias de storytelling y construcción narrativa para comunicar eficazmente ideas, proyectos o culturas innovadoras dentro del contexto empresarial.
- Evaluar casos reales de éxito y fracaso en innovación, con especial atención al rol que ha jugado la comunicación —y, en su caso, la tecnología— en su desarrollo, impacto o percepción pública.
- Reflexionar sobre la dimensión ética y sostenible de la innovación, valorando su impacto social, medioambiental y reputacional en las organizaciones.
- Diseñar e implementar una propuesta innovadora aplicada al ámbito de la comunicación empresarial integrando herramientas metodológicas vistas en el bloque anterior y demostrando capacidad de análisis, creatividad, trabajo colaborativo e integración de herramientas metodológicas y digitales cuando sea pertinente.

### 3. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

---

#### Conocimientos (*Knowledge*)

K2.2

Identificar diferentes enfoques para liderar una cultura organizacional que promueva la innovación, y explicar su impacto en la gestión empresarial.

K3.2

Evaluar la relación que existe entre las diferentes tecnologías disponibles y la gestión de la innovación en la empresa.

K8.1

Reconocer las metodologías de innovación más relevantes para su aplicación en el ámbito de la tecnología y la innovación.

#### Habilidades (*Skills*)

S01

Comunicar eficazmente de forma oral, escrita y gráfica con otras personas sobre el aprendizaje, la elaboración del pensamiento y la toma de decisiones, y participar en debates, haciendo uso de las habilidades interpersonales, como la escucha activa y la empatía, que favorecen el trabajo en equipo.

S02

Desarrollar la capacidad de contribuir a la innovación en instituciones y organizaciones empresariales nuevas o existentes, mediante la participación en proyectos creativos y tener capacidad para aplicar competencias y conocimientos sobre emprendimiento, organización y desarrollo empresarial de base tecnológica.

S03

Comprender las tecnologías digitales avanzadas, de modo que puedan ser aplicadas con perspectiva crítica, en contextos diversos, en situaciones académicas, profesionales, sociales o personales.

S9.1

Determinar las técnicas de colaboración utilizadas en entornos empresariales para fomentar la innovación y la comunicación.

S9.2

Comparar las diferentes técnicas colaborativas en términos de su efectividad para promover la innovación y la comunicación en equipos multidisciplinares.

#### Competencias (*Competences*)

C01

Integrar los valores de la sostenibilidad, entendiendo la complejidad de los sistemas, con el fin de emprender o promover acciones que restablezcan y mantengan la salud de los ecosistemas y mejoren la justicia, generando así visiones para futuros sostenibles.

C02

Identificar y analizar problemas que requieran tomar decisiones autónomas, informadas y argumentadas, para actuar con responsabilidad social, siguiendo valores y principios éticos.

C03

Desarrollar la capacidad de evaluar las desigualdades por razón de sexo y género, para diseñar soluciones.

C5.1

Construir equipos multidisciplinares en el ámbito de la gestión de la innovación empresarial, integrando habilidades de diferentes perfiles para impulsar procesos innovadores de manera eficiente y colaborativa.

C11.1

Comunicar de manera efectiva los objetivos y avances en los procesos de innovación empresarial, construyendo propuestas claras y motivadoras que involucren a los diferentes equipos

C13.2

Experimentar con metodologías de innovación en el ámbito empresarial, identificando oportunidades y gestionando procesos que fomenten la creatividad en los equipos.

## 4. CONTENIDOS

---

### TEMA 1. INTRODUCCIÓN A LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL

#### Resultados específicos del aprendizaje

Después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, el estudiante será capaz de:

- Distinguir y clasificar los diferentes tipos de innovación (producto, proceso, organizativa, de modelo de negocio, entre otras), comprendiendo sus implicaciones estratégicas dentro del contexto empresarial.
- Analizar críticamente el rol estratégico de la innovación en las organizaciones, identificando cómo contribuye a la competitividad, adaptación al cambio y diferenciación en entornos complejos y dinámicos.

- Interpretar tendencias globales en innovación, evaluando el impacto de la digitalización y de las tecnologías emergentes en la transformación de sectores y en la creación de nuevos modelos de negocio.

## Contenido

- 1.1 Tipos de innovación.
- 1.2 Rol estratégico de la innovación en las organizaciones.
- 1.3 Panorama global y tendencias, con especial atención al papel de la tecnología y la digitalización como impulsores de nuevos modelos de negocio y transformación sectorial.

## TEMA 2. CULTURA Y LIDERAZGO PARA LA INNOVACIÓN

### Resultados específicos del aprendizaje

Después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, el estudiante será capaz de:

- Identificar los elementos clave de una cultura organizacional orientada a la innovación, valorando su impacto en la generación de entornos propicios para la creatividad, la experimentación y la mejora continua.
- Analizar el papel del liderazgo transformacional en la gestión del cambio y la promoción de la innovación, reconociendo las competencias necesarias para liderar equipos creativos y fomentar el talento en contextos colaborativos, híbridos y distribuidos.
- Evaluar el uso estratégico de la comunicación interna y corporativa en procesos de innovación, identificando cómo las plataformas digitales y los canales tecnológicos contribuyen a facilitar el cambio, cohesionar equipos y reforzar una cultura innovadora.

## Contenido

- 2.1 Cultura organizacional innovadora.
- 2.2 Liderazgo transformacional.
- 2.3 Equipos creativos y gestión del talento, incluyendo el uso de herramientas digitales para la colaboración en entornos híbridos y distribuidos.
- 2.4 La comunicación corporativa e interna en entornos de innovación, con énfasis en plataformas digitales y canales tecnológicos como facilitadores del cambio y la cohesión interna.

## TEMA 3. MODELOS Y METODOLOGÍAS DE INNOVACIÓN

### Resultados específicos del aprendizaje

Después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, el estudiante será capaz de:

- Aplicar la metodología Design Thinking en el análisis y resolución de retos empresariales, desarrollando soluciones centradas en las necesidades reales de los usuarios desde un enfoque empático, iterativo y creativo.
- Comprender y emplear los principios de Lean Startup para el desarrollo ágil de proyectos innovadores, integrando procesos de validación temprana, aprendizaje continuo y adaptación basada en datos.
- Analizar y utilizar enfoques de innovación abierta y co-creación, reconociendo el potencial de los entornos digitales, comunidades online y plataformas tecnológicas como herramientas para fomentar la colaboración, la inteligencia colectiva y la innovación global.

### Contenido

- 3.1 Design Thinking.
- 3.2 Lean Startup.
- 3.3 Innovación abierta y co-creación, potenciadas por entornos digitales, comunidades online y plataformas tecnológicas que favorecen la colaboración global.

## TEMA 4. GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA INNOVACIÓN

### Resultados específicos del aprendizaje

Después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, el estudiante será capaz de:

- Aplicar las distintas fases del proceso de innovación, desde la identificación de oportunidades hasta la implementación y evaluación de soluciones, comprendiendo su dinámica en contextos empresariales reales.
- Integrar la innovación en la estrategia empresarial, analizando el impacto de la transformación digital en la planificación, toma de decisiones y sostenibilidad de los procesos innovadores.
- Seleccionar y utilizar métricas e indicadores clave para evaluar iniciativas de innovación, interpretando sus resultados para apoyar la mejora continua y la alineación con los objetivos organizacionales.

### Contenido

- 4.1 Fases del proceso innovador.
- 4.2 Integración con la estrategia empresarial, considerando el impacto de la transformación digital en la planificación y ejecución de la innovación.
- 4.3 Métricas e indicadores de innovación.

## TEMA 5. INNOVACIÓN Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA

### Resultados específicos del aprendizaje

Después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, el estudiante será capaz de:

- Aplicar técnicas de *storytelling* como herramienta estratégica para comunicar proyectos, procesos y culturas de innovación, adaptando los mensajes a distintos públicos y contextos organizativos.
- Diseñar estrategias eficaces de comunicación del cambio, reconociendo su papel clave en la gestión de la innovación y en la generación de compromiso y alineamiento interno durante procesos transformadores.
- Analizar la relación entre *branding* e innovación, evaluando cómo la digitalización permite el desarrollo de marcas ágiles, coherentes y conectadas con audiencias interactivas en entornos altamente competitivos y cambiantes.

### Contenido

- 5.1 *Storytelling* e innovación.
- 5.2 Comunicación del cambio.
- 5.3 Branding e innovación: explorando el papel de la digitalización en la creación de marcas ágiles, adaptables y conectadas con audiencias interactivas.

## TEMA 6. CASOS DE ÉXITO Y FRACASO

### Resultados específicos del aprendizaje

Después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, el estudiante será capaz de:

- Analizar críticamente casos reales de innovación empresarial, identificando sus enfoques estratégicos, procesos implementados y resultados obtenidos, con base en evidencias documentadas.
- Evaluar el impacto de la transformación digital en la innovación en comunicación y medios, interpretando cómo los nuevos canales, formatos y modelos de relación con los públicos han redefinido prácticas y resultados comunicativos.
- Identificar factores clave de éxito y causas frecuentes de fracaso en proyectos de innovación, valorando el papel de la comunicación, el liderazgo y la gestión del cambio como elementos determinantes en su evolución y percepción pública.

### Contenido

- 6.1 Análisis de casos reales de innovación.
- 6.2 Innovación en comunicación y medios, con énfasis en la transformación digital de los canales, formatos y modelos de relación con los públicos.
- 6.3 Factores críticos de éxito y causas comunes de fracaso en procesos de innovación, con especial atención al papel de la comunicación, el liderazgo y la gestión del cambio.

## TEMA 7. INNOVACIÓN SOSTENIBLE Y ÉTICA

### Resultados específicos del aprendizaje

Después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, el estudiante será capaz de:

- Interpretar el concepto de innovación responsable y con propósito, valorando su integración en la estrategia empresarial como vía para generar impacto positivo más allá del beneficio económico.
- Analizar la sostenibilidad como motor de innovación, identificando oportunidades para desarrollar productos, servicios o modelos de negocio que respondan a desafíos medioambientales y sociales actuales.
- Evaluar el impacto social, medioambiental y reputacional de iniciativas innovadoras, aplicando criterios éticos para identificar riesgos, oportunidades y buenas prácticas en la toma de decisiones estratégicas.

### Contenido

- 7.1. Innovación responsable y con propósito.
- 7.2 Sostenibilidad como motor de innovación.
- 7.3 Impacto social, medioambiental y reputacional de la innovación: evaluación de riesgos y oportunidades desde una perspectiva ética.

## TEMA 8. TENDENCIAS EMERGENTES Y FUTURO DE LA INNOVACIÓN

### Resultados específicos del aprendizaje

Después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, el estudiante será capaz de:

- Identificar y analizar tendencias emergentes que impactan en la innovación empresarial, tales como la inteligencia artificial, la automatización, los big data y las tecnologías verdes, valorando su relevancia en distintos sectores.
- Reflexionar críticamente sobre el papel de la innovación en la anticipación y gestión de escenarios de disrupción, incluyendo crisis climáticas, transformaciones sociales y cambios tecnológicos acelerados.

- Evaluar el potencial transformador de las tecnologías emergentes en los modelos de comunicación organizacional, considerando tanto sus oportunidades como sus riesgos éticos, sociales y reputacionales.

## Contenido

- 8.1 Inteligencia artificial, automatización y datos en procesos innovadores.
- 8.2 Innovación en la economía circular, tecnologías verdes y smart cities.
- 8.3 El papel de la innovación en contextos de incertidumbre y disrupción global (ej. crisis climática, polarización digital, cambios geopolíticos).

## 5. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

---

Se basa en clases expositivas participativas complementadas con la lectura por adelantado de los diferentes temas del material previamente publicado en el campus virtual. Con las prácticas en clase y los trabajos en casa se espera reafirmar los conceptos y procedimientos que se han presentado en clase.

Las principales actividades que se realizarán son:

- Estudio y preparación de los contenidos.
- Trabajo en grupo/cooperativo con presencia del profesor/a.
- Clase de repaso de contenidos con resolución de casos y dinámicas de grupo.

## 6. EVALUACIÓN

---

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado de los estudiantes.

Un 40% de la nota se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 60% del porcentaje restante, del examen final presencial. El examen final tiene dos convocatorias.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

- **NF = Nota Examen Final x 60% + Nota Evaluación Continuada x 40%**
- Nota mínima del examen final para calcular la NF será de 40 puntos sobre 100.
- La asignatura queda aprobada con una NF igual o superior a 50 puntos sobre 100.

Tipo de actividad	Descripción	% Evaluación	
<b>Entregables:</b>			<b>30%</b>
	Caso práctico 1	10%	
	Caso práctico 2	10%	
	Caso práctico 3	10%	
<b>Cuestionarios:</b>			<b>10%</b>
	Tema 1. Cuestionario	1%	
	Tema 2. Cuestionario	1%	
	Tema 3. Cuestionario	1%	
	Tema 4. Cuestionario	1%	
	Tema 5. Cuestionario	1%	
	Tema 6. Cuestionario	1%	
	Tema 7. Cuestionario	2%	
	Tema 8. Cuestionario	2%	
<b>Examen final</b>			<b>60%</b>
	Examen final	100%	

### Nota sobre el uso de la IA:

La IA está permitida si se utiliza como asistente. En ningún caso se puede usar para alcanzar los objetivos principales de la actividad. Además, se ha de citar la IA utilizada en la presentación de la actividad.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

---

### 7.1. Bibliografía básica

- Amabile, T.M. & Kramer, S.J. (2011). The Progress Principle. Harvard Business Review Press. ISBN: 9781422198575
- Berger, Warren (2014). A More Beautiful Question. ISBN: 9781620401453
- Brown, Tim (2009). Change by Design. HarperBusiness. ISBN: 9780061766084
- Christensen, C.M (2006). El dilema del innovador. Editorial Deusto. ISBN: 9788498750580
- Kotter, J. P. (2014). Acelerar. Cómo liderar el cambio en un mundo de alta velocidad. Editorial Conecta. ISBN: 9788416029557
- Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yves (2010). Generación de modelos de negocio. Editorial Deusto. ISBN: 9788498750894
- Ries, Eric. (2012). El método Lean Startup. Editorial Deusto. ISBN: 9788423427990
- Tidd, Joe & Bessant, John (2018). Managing Innovation. Wiley. ISBN: 9781119379454

- Van der Pijl, Patrick; Lokitz, Justin; Solomon, Lisa (2016). Design a Better Business. Wiley. ISBN: 9781119272113

## 7.2. Publicaciones y artículos académicos

- “The Discipline of Innovation” — Peter F. Drucker, Harvard Business Review (2002).
- “Why Design Thinking Works” — Jeanne Liedtka, Harvard Business Review (2018).
- “Communicating Innovation” — Keith Goffin & Rick Mitchell, Research-Technology Management Journal.

## 7.3. Recursos digitales y herramientas

- Harvard Business Review — Sección de innovación  
<https://hbr.org/topic/innovation>
- IDEO - The Field Guide to Human-Centered Design (descargable en PDF)  
<https://www.designkit.org/resources/1>
- McKinsey & Company — Insights on Innovation  
<https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights>
- World Economic Forum - Innovation Reports  
<https://www.weforum.org/reports>