



UNIVERSIDAD
POLITÉCNICA
DE MADRID

PROCESO DE
COORDINACIÓN DE LAS
ENSEÑANZAS PR/CL/001



E.T.S. de Ingeniería y Diseño
Industrial

ANX-PR/CL/001-01

GUÍA DE APRENDIZAJE

ASIGNATURA

563000063 - Gestion De La Innovacion Y Marketing

PLAN DE ESTUDIOS

56AC - Master Universitario En Ingenieria En Diseño Industrial

CURSO ACADÉMICO Y SEMESTRE

2025/26 - Primer semestre

Índice

Guía de Aprendizaje

1. Datos descriptivos.....	1
2. Profesorado.....	1
3. Competencias y resultados de aprendizaje.....	2
4. Descripción de la asignatura y temario.....	3
5. Cronograma.....	5
6. Actividades y criterios de evaluación.....	7
7. Recursos didácticos.....	10
8. Otra información.....	11

1. Datos descriptivos

1.1. Datos de la asignatura

Nombre de la asignatura	563000063 - Gestion de la Innovacion y Marketing
No de créditos	3 ECTS
Carácter	Obligatoria
Curso	Primer curso
Semestre	Primer semestre
Período de impartición	Septiembre-Enero
Idioma de impartición	Castellano
Titulación	56AC - Master Universitario en Ingeniería en Diseño Industrial
Centro responsable de la titulación	56 - E.T.S. De Ingeniería Y Diseño Industrial
Curso académico	2025-26

2. Profesorado

2.1. Profesorado implicado en la docencia

Nombre	Despacho	Correo electrónico	Horario de tutorías *
Thais Rangel Guilherme Christiano	C-102	thais.rangel@upm.es	Sin horario.
Irene Martin Rubio	C-202	irene.mrubio@upm.es	X - 12:00 - 12:15 Pedir cita.
Elcio Mendonça Tachizawa (Coordinador/a)		e.mendonca@upm.es	--

* Las horas de tutoría son orientativas y pueden sufrir modificaciones. Se deberá confirmar los horarios de tutorías con el profesorado.

3. Competencias y resultados de aprendizaje

3.1. Competencias

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CE1 - Capacidad de diseñar, innovar y gestionar nuevos productos teniendo en cuenta criterios de calidad y medioambientales

CE2 - Capacidad de gestionar el ciclo de vida del producto

CG10 - Capacidad de integrarse en el ámbito empresarial a través del diseño y la innovación o a través de proyectos de diseño operativo

CG4 - Conocimiento de los procesos industriales para ser capaz de decidir sobre los criterios adecuados en la fabricación de productos

CG6 - Capacidad para realizar proyectos de lanzamiento y comercialización de productos

CG9 - Capacidad para aplicar los principios de la economía y de la gestión de recursos humanos y proyectos.

CT1 - Capacidad para comunicarse con profesionales de su ámbito, con la comunidad académica en su conjunto y con la sociedad en general acerca de sus áreas de conocimiento

CT3 - Ser capaz de organizar y planificar el tiempo de trabajo propio o de un equipo de trabajo

CT4 - Capacidad para comprender y aplicar la responsabilidad ética y la deontología profesional en sus actuaciones

CT5 - Capacidad para desarrollar y ejercitar la creatividad

CT6 - Capacidad para la gestión económica y administrativa

3.2. Resultados del aprendizaje

RA173 - Ser capaz de evaluar grupos tecnológicos

RA174 - Comprender y enlazar los riesgos tecnológicos con el ciclo de tecnología vigilando competitivamente el entorno.

RA176 - Desarrollo de una cultura organizativa orientada a la innovación.

RA177 - Ser capaz de gestionar el marketing mix operativo para lanzar adecuadamente un producto.

RA175 - Establecer la estrategia de innovación y la estrategia de propiedad intelectual.

RA172 - Ser capaz de evaluar grupos tecnológicos.

4. Descripción de la asignatura y temario

4.1. Descripción de la asignatura

Es una asignatura esencial en el plan de estudios para poder gestionar e implantar con éxito la innovación en todo tipo de organizaciones.

Esta asignatura considera que las empresas son capaces de mejorar su competitividad introduciendo innovaciones: ya sean de productos, procesos, organizativa, e incluso de marketing.

Contenido:

Se estudian, primero, los aspectos relacionados con el análisis estratégico de la empresa necesario para definir y alcanzar el objetivo de la innovación. A continuación, se analizan los problemas relacionados con el ciclo de la tecnología y sus riesgos, la estrategia de innovación y su relación con las estrategias de protección y explotación de la tecnología. Desarrollar e implantar los procesos de innovación exige conocer la gestión del conocimiento y el aprendizaje organizativo que conlleva combinar nuevas ideas con diferentes grupos, dentro y fuera de la organización (*open innovation*). Igualmente, se abordan los aspectos culturales y éticos a considerar en la gestión de la innovación.

Finalmente, se trata el tema del marketing (estratégico y operativo) necesario para lanzar con éxito al mercado las

innovaciones.

4.2. Temario de la asignatura

1. Sectores e innovación.
 - 1.1. Dirección estratégica de la empresa.
 - 1.2. Análisis estratégico y objetivos de la empresa..
 - 1.3. Formulación de la estrategia de innovación.
 - 1.4. Economía circular y sostenibilidad.
2. Ciclo de la tecnología y su gestión.
 - 2.1. Innovación, conocimiento tecnológico y vigilancia tecnológica.
 - 2.2. Gestión de riesgos tecnológicos y sostenibilidad.
 - 2.3. Gestión y evaluación de proyectos de innovación tecnológica.
 - 2.4. Proceso de transferencia tecnológica.
3. Estrategia I+D+i.
 - 3.1. Estrategia I+D+i. Desarrollo de productos, procesos y servicios.
 - 3.2. La cooperación estratégica tecnológica y Open Innovation.
 - 3.3. Protección y explotación de la tecnología.
 - 3.4. Inteligencia Artificial y Estrategias I+D+i.
4. Aprendizaje organizativo y cultura de la innovación
 - 4.1. Tríada: Gestión del conocimiento, aprendizaje organizativo y capital intelectual.
 - 4.2. Diseño organizativo e innovación.
 - 4.3. Desarrollo externo de tecnología. Aspectos organizativos de la innovación abierta.
 - 4.4. Cultura y ética de la innovación.
5. Marketing.
 - 5.1. Marketing estratégico.
 - 5.2. Marketing operativo.
 - 5.3. Lanzamiento de un producto.

5. Cronograma

5.1. Cronograma de la asignatura *

Sem	Actividad tipo 1	Actividad tipo 2	Tele-enseñanza	Actividades de evaluación
1	Tema 1 Duración: 01:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
2	Tema1 Duración: 00:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
3	Tema 2 Duración: 02:00 OT: Otras actividades formativas / Evaluación			
4	Tema 2,3 Duración: 02:00 OT: Otras actividades formativas / Evaluación			
5	Tema 2 Duración: 01:30 OT: Otras actividades formativas / Evaluación			
6				
7	Tema 2,3,4 Duración: 02:30 OT: Otras actividades formativas / Evaluación			
8	Tema 3 Duración: 02:00 OT: Otras actividades formativas / Evaluación			Presentaciones TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo Evaluación Progresiva Presencial Duración: 00:00
9	Tema 3,4 Duración: 02:00 OT: Otras actividades formativas / Evaluación			Presentaciones TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo Evaluación Progresiva Presencial Duración: 00:00
10	Tema 4,5 Duración: 02:00 OT: Otras actividades formativas / Evaluación			Presentaciones Tema TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo Evaluación Progresiva Presencial Duración: 10:30
11	Tema 5 Duración: 02:00 OT: Otras actividades formativas / Evaluación	Repaso Duración: 02:00 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas		Presentaciones Caso del Tema. TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo Evaluación Progresiva Presencial Duración: 01:30

12				Examen Asignatura EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación Progresiva Presencial Duración: 01:30
13				Examen Final EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación Global Presencial Duración: 02:00
14				
15				
16				
17				

Para el cálculo de los valores totales, se estima que por cada crédito ECTS el alumno dedicará dependiendo del plan de estudios, entre 26 y 27 horas de trabajo presencial y no presencial.

6. Actividades y criterios de evaluación

6.1. Actividades de evaluación de la asignatura

6.1.1. Evaluación (progresiva)

Sem.	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
8	Presentaciones	TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo	Presencial	00:00	0%	5 / 10	CT3
9	Presentaciones	TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo	Presencial	00:00	0%	5 / 10	
10	Presentaciones Tema	TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo	Presencial	10:30	25%	5 / 10	CT3 CT4 CT5 CE1 CT6 CB6 CE2 CG4 CB9 CG10 CT1 CG6 CG9
11	Presentaciones Caso del Tema.	TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo	Presencial	01:30	25%	5 / 10	CT4 CT5 CE1 CT6 CB6 CE2 CG4 CB9 CG10 CT1 CG6 CG9

12	Examen Asignatura	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	01:30	50%	5 / 10	CT3 CT4 CT5 CE1 CT6 CB6 CE2 CG4 CB9 CG10 CT1 CG6 CG9
----	-------------------	-------------------------------------	------------	-------	-----	--------	--

6.1.2. Prueba evaluación global

Sem	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
13	Examen Final	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	02:00	100%	5 / 10	CT3 CT4 CT5 CE1 CT6 CB6 CE2 CG4 CB9 CG10 CT1 CG6 CG9

6.1.3. Evaluación convocatoria extraordinaria

No se ha definido la evaluación extraordinaria.

6.2. Criterios de evaluación

Evaluación Continua:

Criterios de Evaluación:

1) Presentación de TRABAJO EN GRUPO: 50%.

Todos los estudiantes tienen que presentar y realizar el trabajo.

2) EXAMEN : 50%

El examen consta de 5 cuestiones, incluyendo cuestiones teórico-prácticas y caso/s . Cada cuestión vale dos puntos.

Condición para aprobar la asignatura:

1) Es obligatorio realizar, presentar el trabajo y obtener un 5 sobre 10 en el mismo.

2) Es obligatorio realizar el examen y obtener un 5 sobre 10 en el examen de la asignatura se prueba cuando se obtiene un 5 de media.

Evaluación mediante Prueba final (Enero y Julio):

El examen consta de 5 cuestiones, incluyendo preguntas teórico-prácticas y caso/s. Cada cuestión vale dos puntos.

7. Recursos didácticos

7.1. Recursos didácticos de la asignatura

Nombre	Tipo	Observaciones
Fernández Sánchez, E. Estrategia de innovación. Thomson, Madrid, última edición	Bibliografía	
Hidalgo Nuchera, A., León Serrano, G., Pavón Morote, J. La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones. Ed. Pirámide, Madrid. Última edición	Bibliografía	
Schroeder, R.G. (2011) Administración de Operaciones. Ed. McGrawHill	Bibliografía	
Martín Rubio, I., Nogueira Goriba, JI, Llach Pagés, J. (2013) Innovación abierta: Liderazgo y valores. Dyna, 88, Nov. Pag. 675-680 http://dx.doi.org/10.6036/5752	Bibliografía	
OCW Prof. Irene Martín Rubio http://ocw.upm.es/organizacion-de-empressas/intellectual-capital-and-knowledge-management	Recursos web	http://ocw.upm.es/organizacion-de-empressas/intellectual-capital-and-knowledge-management
Propiedad Intelectual. Guía de buenas prácticas http://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/Publicaciones/Folletos/Guia_Buenas_practicas.pdf	Recursos web	
Moodle UPM de la asignatura GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y MARKEETING	Recursos web	

Revisión virtual centros tecnológicos y de investigación	Otros	Por ejemplo: http://www.madrimasd.org/informacionidi/biblioteca/enlacesIDI/centrosID.asp http://www.germaninnovation.org/research-and-innovation/technology-parks-and-centers
Kotler, Marketing, Ed. Prentice Hall	Bibliografía	
Martin Rubio Irene (2021) "Challenges in Green Intellectual Capital and Knowledge Management in Sustainability and Industry 4.0" En Martín-deCastro, G. and González-Massig, J. Knowledge Management for Corporate Social Responsibility" IGI Global"	Bibliografía	

8. Otra información

8.1. Otra información sobre la asignatura

En el desarrollo de las clase se realizan siguiendo metodologías de Aula Invertida y Design Thinking.

En la asignatura se consideran los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS) (del 1 al 17):

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Los estudiantes realizan en la asignatura un proyecto o trabajo práctico que consiste en el planteamiento y desarrollo de propuestas que consideren el cumplimiento de los ODS, igualmente, se promueve el análisis de informes internacionales de empresas conocidos como "Sustainability Reports".