



Asignatura: Pensamiento Creativo e Innovación: efectos económicos-financieros  
Código: 19486  
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Titulación: Administración y Dirección de Empresas  
Nivel: Grado  
Tipo: Optativa

## 1. ASIGNATURA / COURSE TITLE

Pensamiento Creativo e Innovación: efectos económicos y financieros / [Design thinking and Innovation: economic and financial consequences](#)

### 1.1. Código / Course number

XXXXX

### 1.2. Materia/ Content area

Empresa / [Business](#)

### 1.3. Tipo / Course type

Optativa / [Elective](#)

### 1.4. Nivel / Course level

Grado / [Bachelor](#)

### 1.5. Curso / Year

XX

### 1.6. Semestre / Semester

1º

### 1.7. Número de créditos / Credit allotment

3 ECTS

### 1.8. Requisitos previos / Prerequisites

Para el desarrollo de esta asignatura es recomendable poseer conocimientos básicos o interés en la innovación y la gestión de proyectos, para realizar el análisis y evaluación de los resultados económicos-financieros. [This course requires basic knowledge or interest on innovation and project management, to analyse and evaluate economic-financial results.](#)



Asignatura: Pensamiento Creativo e Innovación: efectos económicos-financieros  
Código: 19486  
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Titulación: Administración y Dirección de Empresas  
Nivel: Grado  
Tipo: Optativa

## 1.9. Requisitos mínimos de asistencia a las sesiones presenciales/ **Minimum attendance requirement**

El alumno debe asistir al menos al 60% de las clases / **The student should attend at least to 60% of the lecturing sessions.**

## 1.10. Datos del equipo docente / **Faculty data**

El equipo docente está integrado por profesores del siguiente departamento: / **The faculty is composed of professors from the following department:**

### **Departamento de Contabilidad**

Módulo E-7

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

C/ Francisco Tomás y Valiente, 5

Universidad Autónoma de Madrid

28049 Madrid

Secretaría: Despacho E-7-315

Tel.: (+34) 91 497 4339

Fax: (+34) 91 497 8598

[administracion.contabilidad@uam.es](mailto:administracion.contabilidad@uam.es)

Web:

<http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1234888139970/subhomeDepartamento/Contabilidad.htm>

Los profesores concretos encargados de la docencia de cada asignatura aparecen en los horarios de cada curso académico, disponibles en la siguiente página web: / **The professors that will teach the subject and the academic course schedule can be found at the following web page:**

[http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1242650730114/contenidoFinal/Horarios\\_y\\_aulas.htm?idenlace=1xxxxxxxxxx](http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1242650730114/contenidoFinal/Horarios_y_aulas.htm?idenlace=1xxxxxxxxxx)

Los coordinadores de cada asignatura pueden consultarse en la misma página web. / **Coordinators of the subject can also be found in the previous web page.**



Asignatura: Pensamiento Creativo e Innovación: efectos económicos-financieros

Código: 19486

Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Titulación: Administración y Dirección de Empresas

Nivel: Grado

Tipo: Optativa

## 1.11. Objetivos del curso / Course objectives

La asignatura tiene como objetivo presentar un método de pensamiento creativo cuyo fin es el de generar ideas innovadoras, analizando la planificación y evaluando su impacto económico-financiero (costes, rentabilidad, auditoría, etc.) Su origen proviene de la manera en la que trabajan los diseñadores de producto, quienes utilizan distintas perspectivas para “entender” y analizar lo que el usuario realmente quiere o necesita y sus resultados desde el punto de vista económico-financiero. Esta metodología se empezó a desarrollar de forma teórica en la universidad de Stanford en California (EE. UU.) a partir de los años 70, y su primera aplicación con fines empresariales como “design thinking” la llevó a cabo la consultora de diseño IDEO, siendo hoy en día su principal precursora.

### Competencias genéricas (transversales)

- 1) Capacidad teórica de análisis y síntesis
- 2) Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones con beneficios financieros
- 3) Capacidad de negociación y toma de decisiones persiguiendo resultados financieros
- 4) Capacidad de análisis económico-financiero de los proyectos
- 5) Capacidad para trabajar en equipo de carácter interdisciplinar
- 6) Capacidad de liderazgo: habilidad para convencer, influir y motivar a otros.
- 7) Habilidad para trabajar en un contexto de carácter internacional, generando resultados económicos
- 8) Habilidad para la búsqueda, identificación y análisis de las fuentes de información económica/financiera pertinente al ámbito de estudio.
- 9) Habilidades de comunicación a través de internet y, manejo de herramientas multimedia para la comunicación a distancia.
- 10) Habilidades para la presentación en público de trabajos, ideas e informes
- 11) Iniciativa y espíritu emprendedor

### Competencias específicas

- 1) Aplicación de herramientas creativas con su respectivo análisis financiero.
- 2) Capacidad para entender necesidades de terceros.
- 3) Habilidad para evaluar múltiples alternativas que sean rentables.
- 4) Capacidad de poner en práctica ideas innovadoras.



Asignatura: Pensamiento Creativo e Innovación: efectos económicos-financieros

Código: 19486

Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Titulación: Administración y Dirección de Empresas

Nivel: Grado

Tipo: Optativa

The subject aims to present the “design thinking” method which purpose is to generate innovative ideas, analysing the plan and the economic-financial impact (costs, profitability, audit, etc.) It was originated from product designer’s way of working, who use different perspectives to “understand” and analyze what the user really wants or needs, analyzing the financial results. This methodology began to be developed theoretically at Stanford University in California (USA) during the 70’s, and the first attempt to apply it in a business environment as “design thinking” was carried out by IDEO, a design consultancy, being today its main precursor.

### Generic Competencies

Theoretical capacity of analysis and synthesis; developing creative aptitudes to find and understand new ideas, problem-solving abilities and financial analysis; negotiation and ability to make decisions; economic-financial project analysis; ability to interdisciplinary team work; leadership skills; ability to work in an international context; ability to process financial information available on internet and remote communication tools; ability to find relevant financial information for the field of study; skills for public presentation of works, ideas an reports; initiative and entrepreneurship.

### Specific competencies

Utilization of creative tools and financial analysis; ability to understand third parties needs; capability to evaluate multiple alternatives that generate profits; ability to put into practice innovative ideas.

## 1.12. Contenidos del programa / Course contents

### Programa Sintético

#### Parte I: Aproximación al “design thinking”

- Identificar y evaluar oportunidades de negocio
- Generar y evaluar conceptos de productos y servicios nuevos
- Diseñar ideas y sistemas que generen rentabilidad
- Evaluar las iniciativas innovadoras en su conjunto



Asignatura: Pensamiento Creativo e Innovación: efectos económicos-financieros  
Código: 19486  
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Titulación: Administración y Dirección de Empresas  
Nivel: Grado  
Tipo: Optativa

## Parte 2: Evaluación de casos reales

Análisis del resultado (beneficio/pérdida) de las empresas que han aplicado “design thinking”. En el desarrollo del curso se analizarán 4 casos concretos.

## Parte 3: Control de Gestión de Proyectos ([Performance management](#))

Principales herramientas utilizadas en la gestión de proyectos innovadores:

- Planificación
- Evaluación de costes
- Análisis económico-financiero

## Parte 4: Trabajo de fin de curso

Etapas que cumplir para la elaboración del proyecto:

- Identificación y evaluación de las oportunidades, incluyendo el análisis económico/financiero que demuestre su viabilidad y rentabilidad
- Generación y evaluación de los productos o servicios nuevos desde el ámbito de su rentabilidad
- Diseño y prueba del nuevo producto o servicio demostrando su rentabilidad o viabilidad económica
- Presentación final

## 1.13. Referencias de consulta / [Course bibliography](#)

Bibliografía básica de referencia / [Basic References](#)

Kelley, Tom (2001): “The Art of Innovation: Lessons in Creativity from IDEO, America's Leading Design Firm”. Published by Doubleday (Random House, Inc.) ISBN- 0-385-49984-1

Datar, S. and Bowler, C.N., 2015. “Design Thinking and Innovative Problem Solving. In Shaping Entrepreneurial Mindsets” (pp. 119-138). Palgrave Macmillan, London.



Asignatura: Pensamiento Creativo e Innovación: efectos económicos-financieros  
Código: 19486  
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Titulación: Administración y Dirección de Empresas  
Nivel: Grado  
Tipo: Optativa

## 2. Métodos Docentes / Teaching methodology

### Actividades Presenciales

**Clases magistrales teórico-prácticas:** La docencia presencial se realizará con una combinación de clase teórica y práctica. Con carácter general en cada sesión el profesor explicará los diferentes conceptos teóricos de cada tema mediante una exposición oral apoyado con material audiovisual en forma de presentaciones de PowerPoint u otras aplicaciones, que estarán disponibles en la página web (moodle o “página del profesor”) de la asignatura. Este material elaborado por el profesor no sustituye en ningún caso a las lecturas obligatorias para la preparación del tema. *Se espera que el estudiante venga a clase con el tema leído. Traer las presentaciones de la sesión es muy recomendable.*

En la parte práctica de cada sesión, el profesor explicará, mediante ejemplos, la aplicación de los conceptos teóricos. Además de ejemplos, pueden verse ejercicios, problemas, y casos.

Alternativamente a este modelo general de clases, habrá sesiones que se estructurarán de manera diferente:

- **Talleres de ejercicios/casos.** Bajo esta modalidad, los estudiantes y el profesor analizarán un caso práctico en clase, con el objetivo de aprender de forma práctica los conceptos teóricos abordados en clase.
- **Tutorías de seguimiento.** Las tutorías de seguimiento son un complemento a las clases magistrales y clases prácticas y en ningún caso sustitutivas de las mismas. Fundamentalmente servirán para corregir y revisar los trabajos en grupo elaborados por los estudiantes.
- **Seminarios.** A lo largo del curso se realizará un seminario para los alumnos de la asignatura que permitirá reforzar los conocimientos teóricos de la asignatura. El seminario contará con la presencia de un especialista en la materia.



Asignatura: Pensamiento Creativo e Innovación: efectos económicos-financieros  
Código: 19486  
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Titulación: Administración y Dirección de Empresas  
Nivel: Grado  
Tipo: Optativa

### 3. Tiempo de trabajo del estudiante / **Student workload**

	Nº horas	%
<b>Actividades presenciales:</b>	<b>28</b>	<b>37%</b>
Clases teórico-prácticas: 1.5h x 14 sesiones (ó 3h x 7 sesiones)	21	
Seminarios	2	
Tutorías programadas total cuatrimestre: 1h x 2 tutorías	2	
Realización de examen final:	3	
<b>Actividades no presenciales (trabajo autónomo del estudiante)</b>	<b>47</b>	<b>63%</b>
Preparación de actividades prácticas (ejercicios, trabajos individuales y/o en grupo, etc.)	15	
Estudio semanal y preparación de examen final	32	
<b>Carga total de horas de trabajo: 25 horas x 3 créditos ECTS</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

### 4. Métodos de evaluación y porcentaje en la calificación final / **Evaluation procedures and weight of components in the final grade**

La evaluación del curso consistirá en una combinación de los siguientes elementos:

- Presentación de la propuesta de innovación final a los profesores (60%).
- Evaluación continua estará compuesta por varios trabajos individuales y participación activa en clase (40%).

La calificación de la asignatura se realizará de acuerdo con la legislación vigente. Se establecen los siguientes requisitos básicos para poder ser evaluado:

- Se exige la asistencia de al menos al 60% de las sesiones.



Asignatura: Pensamiento Creativo e Innovación: efectos económicos-financieros  
Código: 19486  
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Titulación: Administración y Dirección de Empresas  
Nivel: Grado  
Tipo: Optativa

- Todos los trabajos en equipo deben haber sido entregados y calificados con una calificación mínima de 5 puntos sobre 10. La calificación debería incluir el aprendizaje alcanzado en el trabajo, bien mediante preguntas o reflexiones escritas sobre ello, bien mediante entrevistas en tutorías.
- La calificación mínima establecida es de 4 sobre 10 para el trabajo final, para poder hacer media con las calificaciones obtenidas en la evaluación continua.
- Todos los ejercicios individuales evaluados por el profesor deben haber sido entregados en tiempo y forma. Los trabajos tienen que estar valorados con una calificación mínima de 5 sobre 10.

Para los alumnos que no hayan obtenido una calificación mínima en alguna de las actividades programadas en la evaluación continua, se abrirá un plazo extraordinario de entregas previo a la fecha del examen final. No obstante, este plazo extraordinario para la entrega de actividades de evaluación continua sólo aplicará a los alumnos que, habiendo presentado la actividad, no hayan obtenido la calificación mínima establecida.

Los alumnos que no hayan presentado las actividades programadas en el tiempo y de la forma establecida, no podrán acceder a esta convocatoria adicional de presentación de trabajos ni tampoco a la primera convocatoria del examen final y serán finalmente calificados en las actas de la primera convocatoria de la asignatura como “no evaluado”.

Para acceder a la convocatoria extraordinaria del examen final de la asignatura, el alumno debe cumplir con los requisitos básicos previos relativos a la evaluación continua. Para ello, se abrirá un plazo previo al examen de la segunda convocatoria de tres semanas, para que el alumno realice las actividades de evaluación continua que le darán derecho a presentarse al examen. Si no el alumno no realiza las actividades de la evaluación continua, el alumno no presenta no podrá presentarse a la convocatoria extraordinaria y será finalmente calificado en las actas de la asignatura como “no evaluado”.

Los alumnos que se encuentren en segunda matrícula deberán superar nuevamente tanto la evaluación continua como el examen final, con los mismos criterios que los alumnos en primera matrícula.





Asignatura: Pensamiento Creativo e Innovación: efectos económicos-financieros  
Código: 19486  
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Titulación: Administración y Dirección de Empresas  
Nivel: Grado  
Tipo: Optativa

## 5. Cronograma / Course calendar

Este cronograma es orientativo y podrá sufrir ligeros cambios dependiendo de la evolución del curso. Los alumnos estarán siempre informados de cualquier cambio a través de moodle.

Semana	Contenido	Horas presencia	Horas no presencia
1	Tema 1	3	2
2	Tema 3	3	2
3	Tema 4	3	2
4	Tema 4	3	2
5	Tema 4	3	2
6	Tema 4	3	2
7	Tema 4	3	3
	Seminarios	2	
	Examen final	3	32
	Tutorías programadas	2	
	<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>47</b>
	<b>Total horas: 28+47</b>	<b>75</b>	