

Anexo 2 INNOVA
MEMORIA FINAL. COMPROMISOS Y RESULTADOS
PROYECTOS DE INNOVACIÓN Y MEJORA DOCENTE
2025/2026

Identificación del proyecto	
Código	sol-202500299046-tra
Título	Crea tu Marca. El desafío del mercado laboral está cerca
Responsable	Diego Gómez Carmona

- Se recomienda:
 - Atender a los criterios de valoración de las memorias indicados en las bases de la convocatoria.
 - Incluir referencias bibliográficas y datos comparativos con proyectos previos, según casos, para reforzar la evaluación del impacto.
 - Incluir evidencias sobre las medidas de difusión desarrolladas.
- Otros aspectos que considerar:
 - La claridad, la coherencia y la justificación de los datos presentados serán clave en la valoración final.
 - La difusión de resultados debe priorizar la transparencia y accesibilidad a la comunidad universitaria.
 - Serán valoras como evidencias: registro de actividades, listados de participantes, programas de eventos, fotografías, documentos que acreditan la aceptación de una comunicación/ponencia o similar, informes, actas o resúmenes de las acciones realizadas, índices de impacto que respalden la cantidad de personas alcanzadas o el impacto de la difusión, etc.

1. Describa los resultados obtenidos a la luz de los objetivos y compromisos que adquirió en la solicitud de su proyecto. Incluya tantas tablas como objetivos contempló.

Objetivo nº 1	Diseñar e implementar estrategias de marketing orientadas a resultados
Actividades previstas:	1. Desarrollo de una identidad visual y narrativa para un producto. 2. Simulación de lanzamiento de producto: Desde la planificación hasta la ejecución de una campaña de lanzamiento. 3. Análisis de campañas virales: Estudio de casos de marketing viral y sus elementos clave.
Objetivo nº 2	Desarrollar capacidades para la toma de decisiones en contextos complejos de marketing
Actividades previstas:	1. Resolución de casos estratégicos en tiempo limitado. 2. Análisis e interpretación de datos on y offline. 3. Toma de decisiones en función de gustos, preferencias y comportamientos identificados del consumidor.
Objetivo nº 3	Integrar herramientas digitales en la planificación y ejecución de acciones

	de marketing
Actividades previstas:	1. Taller de IA aplicada al marketing: Uso de herramientas como Statista IA o Chat GPT para analizar entornos competitivos. 2. Generación de contenido para redes y análisis de resultados. 3. Creación web y análisis del embudo de conversión Google Analytics

2.

Se han utilizado todas las herramientas de inteligencia artificial previstas, dentro del proyecto docente.

3. Realice una breve valoración sobre la influencia del proyecto ejecutado en la evolución de las asignaturas implicadas.

<i>Análisis del impacto de la innovación en las asignaturas relacionadas con el proyecto</i>
El alumnado ha desarrollado capacidades para realizar la gestión del trade marketing en cualquier negocio que lo necesite aplicando herramientas específicas de IA.

4. Incluya en la siguiente tabla el número de alumnado matriculado y el de respuestas recibidas en cada opción y realice una valoración crítica sobre la influencia que el proyecto ha ejercido en la opinión del alumnado.

Opinión del alumnado al inicio del proyecto				
Número de alumnado matriculado:		XX alumnos/as		
Valoración del grado de dificultad que cree que va a tener en la comprensión de los contenidos y/o en la adquisición de competencias asociadas a la asignatura en la que se enmarca el proyecto de innovación docente				
Ninguna dificultad	Poca dificultad	Dificultad media	Bastante dificultad	Mucha dificultad
		x		
Opinión del alumnado en la etapa final del proyecto				
Valoración del grado de dificultad que ha tenido en la comprensión de los contenidos y/o en la adquisición de competencias asociadas a la asignatura en la que se enmarca el proyecto de innovación docente				
Ninguna dificultad	Poca dificultad	Dificultad media	Bastante dificultad	Mucha dificultad
		x		
Los elementos de innovación y mejora docente aplicados en esta asignatura han favorecido mi comprensión de los contenidos y/o la adquisición de competencias asociadas a la asignatura				
Nada de acuerdo	Poco de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Muy de acuerdo	Completamente de acuerdo
			x	
En el caso de la participación de profesorado invitado				
La participación del profesorado invitado ha supuesto un gran beneficio en mi formación				

<i>Nada de acuerdo</i>	<i>Poco de acuerdo</i>	<i>Ni en acuerdo ni en desacuerdo</i>	<i>Muy de acuerdo</i>	<i>Completamente de acuerdo</i>
			x	
Valoración crítica sobre la influencia que ha ejercido el proyecto en la opinión del alumnado				
El proyecto ha sido satisfactorio entre el alumnado, que ha quedado satisfecho con la asignatura y la aplicación de la IA, en el contexto en el que se aplica.				

5. Describa las medidas de difusión a las que se comprometió en la solicitud y las que ha llevado a cabo. Describe, analice y valore los desajustes respecto a lo previsto en el proyecto y las soluciones aplicadas.

Descripción de las medidas comprometidas en la solicitud
Los resultados se expondrán en algún congreso a lo largo de este semestre.
Descripción de las medidas que se han llevado a cabo

6. Conclusiones. Entre ellas, describa las aplicaciones futuras del proyecto, su sostenibilidad y posible continuidad y estrategias para ello.

Conclusiones
La aplicación del proyecto de innovación docente ha permitido avanzar en la integración de herramientas de inteligencia artificial (IA) en la asignatura de Trade Marketing, favoreciendo la conexión entre los contenidos teóricos y las aplicaciones tecnológicas utilizadas actualmente en el ámbito empresarial. La propuesta ha contribuido a acercar al alumnado a nuevas formas de abordar las actividades comerciales, promocionales y de gestión del punto de venta, reforzando la orientación práctica y profesionalizante de la asignatura. Uno de los principales logros del proyecto ha sido la incorporación de herramientas de IA en distintas actividades relacionadas con la promoción de ventas, el merchandising y la gestión del establecimiento comercial. La utilización de recursos tecnológicos para la auditoría comercial, el diseño de materiales promocionales, la planificación de campañas, el diseño del lineal, el merchandising visual y la predicción de la demanda ha permitido mostrar al alumnado diferentes alternativas para resolver problemas habituales del trade marketing. Asimismo, la comparación entre los procedimientos tradicionales y aquellos apoyados en herramientas de IA ha favorecido una aproximación crítica a las posibilidades de estas tecnologías. Esta metodología permite comprender que la IA no constituye únicamente un recurso para automatizar tareas, sino también una herramienta de apoyo a la toma de decisiones, la generación de propuestas y la optimización de procesos comerciales. De este modo, se ha reforzado la necesidad de que los futuros profesionales del marketing desarrollen competencias digitales y capacidad para valorar la utilidad de estas tecnologías en función de los objetivos de cada actividad. Desde el punto de vista docente, el proyecto ha contribuido a enriquecer los recursos y las

metodologías de aprendizaje mediante actividades aplicadas a situaciones próximas a la realidad empresarial. La integración de herramientas tecnológicas en las prácticas facilita la adquisición de conocimientos vinculados con la gestión promocional, el merchandising y la gestión del almacenamiento, al tiempo que promueve la aplicación práctica de los contenidos de la asignatura.

En relación con la relevancia y pertinencia de la propuesta, el proyecto responde a la creciente incorporación de la inteligencia artificial en los procesos comerciales y a la necesidad de adaptar la formación universitaria a las nuevas demandas profesionales. Su originalidad reside en integrar estas herramientas directamente en las prácticas de una asignatura específica, comparando su aplicación con los procedimientos tradicionales y favoreciendo una reflexión sobre sus posibilidades, limitaciones y utilidad.

En conclusión, el proyecto constituye una experiencia de innovación docente pertinente y con potencial de continuidad, al contribuir a la actualización de los contenidos y recursos educativos de Trade Marketing y al acercar al alumnado a herramientas tecnológicas relevantes para su futuro desempeño profesional. Como línea de mejora, se considera conveniente continuar evaluando sistemáticamente los resultados de aprendizaje, la percepción del alumnado y la eficiencia de las soluciones utilizadas, con el fin de consolidar la propuesta y orientar futuras ediciones hacia una integración cada vez más efectiva, crítica y responsable de la inteligencia artificial en la docencia universitaria.