



# Guia docent

## 804414 - DMN - Distribució i Models de Negoci

Última modificació: 18/07/2024

**Unitat responsable:** Centre de la Imatge i Tecnologia Multimèdia  
**Unitat que imparteix:** 804 - CITM - Centre de la Imatge i Tecnologia Multimèdia.  
**Titulació:** GRAU EN DISSENY, ANIMACIÓ I ART DIGITAL (Pla 2023). (Assignatura obligatòria).  
**Curs:** 2024      **Crèdits ECTS:** 6.0      **Idiomes:** Anglès

### PROFESSORAT

---

**Professorat responsable:** Soler Labajos, Neus

**Altres:**

### CAPACITATS PRÈVIES

---

Comprensió de l'idioma anglès i capacitat de comunicar-se en la llengua

### METODOLOGIES DOCENTS

---

La metodologia docent es divideix en tres parts:

- Sessions presencials d'exposició de continguts
- Sessions presencials de treballs pràctics (presentacions i discussió de casos)
- Treballs d'autoaprenentatge i exercicis i activitats

En les sessions d'exposició de continguts, el professorat introduirà les bases teòriques, conceptes, mètodes i resultats, afegint exemples adequats per facilitar la comprensió.

En les sessions de treball pràctic a l'aula, el professor orientarà l'estudiant en l'aplicació dels conceptes teòrics per resoldre problemes. A través del campus virtual, el professorat facilitarà el material d'estudi per a l'establiment dels coneixements adquirits en les sessions teòriques.

L'assistència a classe és fonamental per al procés d'aprenentatge.

### OBJECTIUS D'APRENTATGE DE L'ASSIGNATURA

---

L'assignatura pretén apropar l'alumne al món empresarial en l'àmbit de la planificació dels negocis i del màrqueting. D'una banda, perquè compregui que un model de negoci és la base sobre la qual fer funcionar l'empresa per generar ingressos, i que les idees de negoci s'han de concretar en una proposta de valor per a un públic determinat, definint les activitats i els recursos necessaris per arribar-hi. D'altra banda, introduint l'alumne en la matèria del màrqueting i els elements que cal tenir en compte a l'hora de planificar el llançament d'un producte i la comunicació a través dels mitjans socials.

Els objectius d'aprenentatge que es persegueixen són els següents:

- Comprendre els conceptes model de negoci i finançament, i les possibilitats que tenen a la indústria de l'art digital.
- Desenvolupar el mètode Canvas, plasmant un model empresarial de manera pràctica.
- Assimilar conceptes bàsics de màrqueting, distingint i relacionant el màrqueting en línia i offline, i associant el màrqueting en línia a l'evolució tecnològica a Internet.
- Conèixer l'estructura del pla de màrqueting i elaborar, en els seus components principals, un pla de màrqueting en línia per a un producte digital.
- Poder plantejar estratègies i tècniques per millorar el posicionament i la reputació en línia d'una empresa de continguts digitals.
- Mostrar comprensió lectora en la lectura de documents escrits en anglès vinculats a la matèria, així com capacitat d'expressió oral i escrita suficient en aquesta llengua.



## HORES TOTALES DE DEDICACIÓ DE L'ESTUDIANTAT

Tipus	Hores	Percentatge
Hores activitats dirigides	12,0	8.00
Hores grup mitjà	18,0	12.00
Hores grup gran	30,0	20.00
Hores aprenentatge autònom	90,0	60.00

**Dedicació total:** 150 h

## CONTINGUTS

### Mòdul 1 - Planificació del Màrqueting

**Descripció:**

En aquest mòdul s'exploraran les bases fonamentals del pla de màrqueting i com aquests fonaments es veuen alterats per les eines digitals. Els continguts que es tracten en aquest bloc es relacionen amb el mix de màrqueting i l'estructura del pla de marketing.

**Activitats vinculades:**

- Pla de màrqueting en els mitjans socials
- Espot publicitari per a la comunicació del llançament d'un producte digital

**Dedicació:** 47h

Grup gran/Teoria: 10h

Activitats dirigides: 10h

Aprenentatge autònom: 27h

### Mòdul 2 - Model de Negoci Canvas

**Descripció:**

Aquest mòdul se centra en el projecte principal del curs. S'utilitzarà l'eina d'innovació Business Model Canvas per abordar un repte o oportunitat personal o corporatiu. S'aprendrà a identificar i comunicar els nou elements clau d'un model de negoci: segments de clients; proposta de valor; canals de comunicació i de distribució del producte; relació amb els clients; recursos, activitats i socis clau; fluxos d'ingressos; i estructura de costos. Això considerant estratègies que permetin tenir un model de negoci que operi de forma eficient i sostenible i que ofereixi més valor que els competidors.

**Activitats vinculades:**

- Model de Negoci Canvas
- Presentació comercial

**Dedicació:** 69h 40m

Grup gran/Teoria: 14h

Activitats dirigides: 41h 40m

Aprenentatge autònom: 14h



### Mòdul 3 - Transformació Digital

**Descripció:**

Aquest mòdul s'enfoca en les tecnologies digitals que afecten les estratègies i pràctiques de comunicació de màrqueting, com ara l'optimització en motors de cerca (SEO) i el màrqueting a les xarxes socials (SMM). Els continguts que es tracten en aquest mòdul es relacionen amb l'impacte de les tecnologies digitals en la comunicació de màrqueting i com aquestes tecnologies ajuden a atreure consumidors.

**Dedicació:** 33h 20m

Grup gran/Teoria: 8h 20m

Activitats dirigides: 5h

Aprenentatge autònom: 20h

## SISTEMA DE QUALIFICACIÓ

- 4 qüestionaris amb una ponderació total del 20%
- 2 projectes de curs i la seva presentació, amb una ponderació global del 65%, desglossats de la següent manera: projecte 1 = 20%, projecte 2 = 45%
- Participació i actitud d'aprenentatge: 15%

Els alumnes que participin en l'avaluació continuada i no superin l'assignatura, podran presentar-se a l'examen de reavaluació, en el qual es tornarà a avaluar el contingut teòric (corresponent als qüestionaris que representen el 20% de la nota final). La nota obtinguda en aquest examen substituirà la nota de les proves teòriques de l'assignatura, en cas que sigui superior. I a partir d'aquí es tornarà a calcular la nota final, tenint en compte les ponderacions de l'avaluació contínua.

Els alumnes que superin l'assignatura per reavaluació obtindran una nota màxima de 5 punts.

## NORMES PER A LA REALITZACIÓ DE LES PROVES.

- Amb la finalitat d'evitar incórrer en accions discriminatòries, no s'admetran retards en el lliurament de projectes, treballs o activitats. Els exercicis que es presentin amb retard, o que no es presentin, seran avaluats amb una puntuació de zero.
- Els 4 qüestionaris del curs són proves presencials d'avaluació, i no poden realitzar-se virtualment.
- D'acord amb la secció de "Drets i obligacions dels estudiants en el procés d'avaluació" de la normativa acadèmica d'avaluació, la qual indica que "si a un estudiant no li és possible fer una prova d'avaluació per motius excepcionals i justificats degudament a criteri del centre, s'han de garantir les mesures necessàries perquè la pugui realitzar, sempre dins del període lectiu corresponent", però que també estableix que "no obstant això, el centre docent únicament està obligat a canviar les dates dels actes o proves d'avaluació que són més significatius en l'avaluació final de l'assignatura", sota cap circumstància, encara que pugui justificar-se, es canviaran les dates de realització dels qüestionaris, ja que cadascun d'aquests representa un 5% de la nota, i el pes no és significatiu dins del còmput global.
- Durant el curs es realitzen activitats a l'aula que s'avaluen en el marc de la participació i actitud d'aprenentatge de l'estudiant. Aquestes activitats no són recuperables, i no assistir a classe quan es realitzen implica renunciar al percentatge de nota que representen.