



Guía docente

804414 - DMN - Distribución y Modelos de Negocio

Última modificación: 18/07/2024

Unidad responsable: Centro de la Imagen y la Tecnología Multimedia
Unidad que imparte: 804 - CITM - Centro de la Imagen y la Tecnología Multimedia.

Titulación: GRADO EN DISEÑO, ANIMACIÓN Y ARTE DIGITAL (Plan 2023). (Asignatura obligatoria).

Curso: 2024 **Créditos ECTS:** 6.0 **Idiomas:** Inglés

PROFESORADO

Profesorado responsable: Soler Labajos, Neus

Otros:

CAPACIDADES PREVIAS

Comprensión del idioma inglés y capacidad de comunicarse en la lengua

METODOLOGÍAS DOCENTES

La metodología docente se divide en tres partes:

- Sesiones presenciales de exposición de contenidos
- Sesiones presenciales de trabajos prácticos (presentaciones y debate)
- Trabajos de autoaprendizaje y ejercicios y actividades

En las sesiones de exposición de contenidos, el profesorado introducirá las bases teóricas, conceptos, métodos y resultados, añadiendo ejemplos adecuados para facilitar su comprensión.

En las sesiones de trabajo práctico en el aula, el profesor orientará al estudiante en la aplicación de los conceptos teóricos para resolver problemas.

A través del campus virtual, el profesorado facilitará el material de estudio para el establecimiento de los conocimientos adquiridos en las sesiones teóricas.

Asistir a clase es fundamental para el proceso de aprendizaje.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

La asignatura pretende acercar el alumno al mundo empresarial en el ámbito de la planificación de los negocios y del marketing. Por un lado, para que comprenda que un modelo de negocio es la base sobre la que hacer funcionar la empresa para generar ingresos, y que las ideas de negocio deben concretarse en una propuesta de valor para un público determinado, definiendo las actividades y recursos necesarios para llegar al mismo. Por otro lado, introduciendo al alumno en la materia del marketing y los elementos a tener en cuenta a la hora de planificar el lanzamiento de un producto y la comunicación a través de los medios sociales.

Los objetivos de aprendizaje que se persiguen son los siguientes:

- Comprender los conceptos modelo de negocio y financiación, y de sus posibilidades en la industria del arte digital.
- Desarrollar el método Canvas, plasmando un modelo empresarial de forma práctica.
- Asimilar conceptos básicos de marketing, distinguiendo y relacionando el marketing online y offline, y asociando el marketing online a la evolución tecnológica en Internet.
- Conocer la estructura del plan de marketing y elaborar, en sus componentes principales, un plan de marketing online para un producto digital.
- Poder plantear estrategias y técnicas para mejorar el posicionamiento y la reputación online de una empresa de contenidos digitales.
- Mostrar comprensión lectora en la lectura de documentos escritos en inglés vinculados a la materia, así como capacidad de expresión oral y escrita suficiente en esta lengua.



HORAS TOTALES DE DEDICACIÓN DEL ESTUDIANTADO

Tipo	Horas	Porcentaje
Horas grupo grande	30,0	20.00
Horas grupo mediano	18,0	12.00
Horas actividades dirigidas	12,0	8.00
Horas aprendizaje autónomo	90,0	60.00

Dedicación total: 150 h

CONTENIDOS

Módulo 1 - Planificación del Marketing

Descripción:

En este módulo se exploran los fundamentos clave del plan de marketing y cómo las herramientas digitales alteran los fundamentos. Los contenidos que se tratan en este bloque se relacionan con el marketing mix y la estructura del plan de marketing.

Actividades vinculadas:

- Plan de marketing en medios sociales
- Spot publicitario para la comunicación del lanzamiento de un producto digital

Dedicación: 47h

Grupo grande/Teoría: 10h

Actividades dirigidas: 10h

Aprendizaje autónomo: 27h

Módulo 2 - Modelo de Negocio Canvas

Descripción:

Este módulo se centra en el principal proyecto del curso. Se utilizará la herramienta de innovación Business Model Canvas para abordar un desafío u oportunidad personal o corporativo. Se aprenderá a identificar y comunicar los nueve elementos clave de un modelo de negocio: segmentos de clientes; propuesta de valor; canales de comunicación y de distribución del producto; relación con los clientes; recursos, actividades y socios clave; flujos de ingresos; y estructura de costos. Ello considerando estrategias que permitan tener un modelo de negocio que opere de forma eficiente y sostenible y que ofrezca mayor valor que los competidores.

Actividades vinculadas:

- Modelo de Negocio Canvas
- Presentación comercial

Dedicación: 69h 40m

Grupo grande/Teoría: 14h

Actividades dirigidas: 41h 40m

Aprendizaje autónomo: 14h



Módulo 3 - Transformación Digital

Descripción:

Este módulo se enfoca en las tecnologías digitales que afectan a las estrategias y prácticas de comunicación de marketing, tales como la optimización en motores de búsqueda (SEO) y el marketing en las redes sociales (SMM). Los contenidos que se tratan en este módulo se relacionan con el impacto de las tecnologías digitales en la comunicación de marketing y cómo estas tecnologías ayudan a atraer a los consumidores.

Dedicación: 33h 20m

Grupo grande/Teoría: 8h 20m

Actividades dirigidas: 5h

Aprendizaje autónomo: 20h

SISTEMA DE CALIFICACIÓN

- 4 cuestionarios con una ponderación total del 20%
- 2 proyectos de curso y su presentación, con una ponderación global del 65%, desglosados de la siguiente forma: proyecto 1 = 20%, proyecto 2 = 45%
- Participación y actitud de aprendizaje: 15%

NORMAS PARA LA REALIZACIÓN DE LAS PRUEBAS.

- Para evitar incurrir en acciones discriminatorias, no se admitirán retrasos en la entrega de proyectos, trabajos o actividades. Los ejercicios que se presenten con retraso, o que no se presenten, serán evaluados con una puntuación de cero.
- Los 4 cuestionarios del curso son pruebas presenciales de evaluación y no pueden realizarse virtualmente.