

CENTRO UNIVERSITARIO DE TECNOLOGÍA Y ARTE DIGITAL



**PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA
UNIVERSITARIA**

GUÍA DOCENTE

NEGOCIOS Y MODELOS DIGITALES

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA.

Título:	Grado en Ingeniería del Software
Facultad:	Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital (U-TAD)
Materia:	Fundamentos Interdisciplinarios
Denominación de la asignatura:	Negocios y Modelos Digitales
Curso:	2
Cuatrimestre:	2
Carácter:	Obligatoria
Créditos ECTS:	3
Modalidad/es de enseñanza:	Híbrido Presencial
Idioma:	Castellano
Profesor/a:	Juan Luis Posadas
E-mail:	Juan.posadas@u-tad.com
Teléfono:	916402811

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA.

2.1 Descripción de la materia

Esta asignatura pertenece a la materia de Fundamentos Interdisciplinares, donde se pretende que el estudiante adquiera conocimientos esenciales no tan técnicos, pero si complementarios a sus aprendizaje y desempeño como ingeniero.

2.2 Descripción de la asignatura

Esta asignatura resulta ser de gran interés en cuanto permite a los alumnos acercarse al análisis y detección de nuevas oportunidades de negocio y modelos en el ámbito digital lo cual se fundamente en su interés profesional futuro ya que les ofrece una verdadera formación teórica y práctica sobre los modelos digitales. No obstante, hay que tener en cuenta que el sector digital y su reflexión teórica por su novedad e impulso actual están sometidos a una constante evolución lo cual impide su fundamento como ciencia de conocimiento ya consolidada.

La asignatura pretende dar una perspectiva amplia e innovadora del papel que desempeñará un diseñador digital en la cadena de valor empresarial y como parte del desarrollo de un negocio digital. Del mismo modo, aporta cierta visión y perspectiva empresarial y de emprendimiento que resulta de un gran valor para los alumnos de este Plan de Estudios en la sociedad actual donde el autoempleo es una salida profesional cada vez más importante.

3. COMPETENCIAS

Competencias Básicas y Generales

CB1: Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

CG5 - Gestión de los recursos humanos y tecnológicos para la correcta realización de proyectos informáticos

CG7 - Conocimiento de los fundamentos creativos de generación de ideas en los proyectos de desarrollo de software.

CG8 - Conocimiento del entorno laboral, de los recursos de empleabilidad y del marco legal en el ámbito de la profesión

CG10 - Uso de técnicas creativas para la realización de proyectos informáticos

CG12 - Capacidad de participación en la toma de decisiones, relativas al desarrollo de un proyecto digital, basada en el análisis de su contexto y de acuerdo con el público objetivo del mismo y el modelo de negocio establecido

CG14 - Conocimiento de las necesidades de las industrias y de las economías a nivel global así como de la globalización, sus consecuencias y sus aplicaciones a los negocios digitales

Competencias Específicas

CE25 - Conocimiento de los fundamentos del lenguaje visual, de las técnicas de creación visual y de las herramientas asociadas a ellas

CE26 - Conocimiento de los fundamentos en los que se basa la interacción hombre-máquina y del papel que juega esta interacción en el desarrollo de proyectos digitales.

CE27 - Conocimiento de métodos y técnicas relacionados con la conceptualización, diseño, análisis y evaluación de productos interactivos usables y accesibles

CE28 - Conocimiento de los conceptos básicos de matemática discreta, lógica, algorítmica

Competencias Transversales

CT1 - Conocimiento de la definición, el alcance y la puesta en práctica de los fundamentos de las metodologías de gestión de proyectos de desarrollo tecnológico
CT2 - Conocimiento de los principales agentes del sector y del ciclo de vida completo de un proyecto de desarrollo y comercialización de contenidos digitales
CT5 - Desarrollo de las habilidades necesarias para el emprendimiento digital.

4. CONTENIDOS

Tema 1. Introducción a la empresa digital y los modelos de negocio

Unidad didáctica 1: La empresa digital

Introducción al concepto de industria digital
Estructura y funciones
Cadena de valor
Análisis DAFO

Unidad didáctica 2: Modelos de negocio

La industria digital
El lienzo de modelo de negocio
Análisis y lienzo del caso Nespresso

Unidad didáctica 3: Generación de modelos de negocio

E-Business
Desagregación de modelos de negocio
Larga cola
Plataformas multilaterales
Gratis como modelo de negocio
Modelos de negocio abiertos

Tema 2. Diseño de propuestas de valor

Unidad didáctica 4. Lienzo de propuestas de valor

¿Cómo creamos valor?
Componentes del lienzo
Plataformas multicara: el caso Uber

Unidad didáctica 5. Comprendiendo a los clientes

El sector de contenidos multimedia
El humano, animal irracional
Adopción de nuevos productos
Valor para el cliente
¿Qué quieren los clientes?
Detección de necesidades
El diseño empático
Objetivo: las personas.

Tema 3. Comercializar nuestra oferta

Unidad didáctica 6: Estrategia de marketing

Distribución y monetarización
Marketing y ventas
Segmentación y posicionamiento
El viaje del cliente

Unidad didáctica 7: Marketing digital

Tácticas de marketing digital
Marketing en motores de búsqueda.

<p>Marketing en redes sociales. Marketing viral.</p> <p>Tema 4. Proyecto transversal</p> <p>Diseño de modelo de negocio, propuesta de valor y estrategia de marketing digital. Trabajo práctico del alumno en grupos</p>

Desarrollo temporal

UNIDADES DIDÁCTICAS / TEMAS	PERÍODO TEMPORAL
Tema 1. Introducción a la empresa digital y los modelos de negocio	6 semanas
Tema 2. Diseño de propuestas de valor	5 semanas
Tema 3. Comercializar nuestra oferta	4 semanas
Tema 4. Proyecto transversal	Transversal a lo largo de la asignatura

5. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y MODALIDADES DE ENSEÑANZAS

5.1 Modalidades de enseñanza

La asignatura se desarrollará a través de los siguientes métodos y técnicas generales, que se aplicarán diferencialmente según las características propias de la asignatura:

- **Método expositivo/Lección magistral:** el profesor desarrollará, mediante clases magistrales y dinámicas los contenidos recogidos en el temario.
- **Estudio de casos:** análisis de casos reales relacionados con la asignatura.
- **Resolución de ejercicios y problemas:** los estudiantes desarrollarán las soluciones adecuadas aplicando procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados.
- **Aprendizaje orientado a proyectos:** se pide a los alumnos que, en pequeños grupos, planifiquen, creen y evalúen un proyecto que responda a las necesidades planteadas en una determinada situación.
- **Aprendizaje cooperativo:** Los estudiantes trabajan en grupo para realizar las tareas de manera colectiva.

5.2 Actividades formativas

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
AF1 Clases teóricas / Expositivas	15	100%
AF2 Clases Prácticas	10	100%
AF3 Tutorías	3	100%
AF4 Estudio independiente y trabajo autónomo del alumno	20	0%
AF5 Elaboración de trabajos (en grupo o individuales)	22	0%
AF6: Actividades de Evaluación	5	100%

7. SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN MÍNIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)	VALORACIÓN MÁXIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
SE1 Evaluación de la participación en clase, en prácticas o en actividades de la asignatura	10%	30%
SE2 Evaluación de trabajos, proyectos, informes, memorias	10%	60%
SE3 Prueba Objetiva	30%	80%

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
SE1 Evaluación de la participación en clase, en prácticas o en proyectos de la asignatura	Se valorará que los alumnos asistan a clase participando de manera activa y constructiva en la discusión de las cuestiones, debates y/o ejercicios que se les propongan.	10%
SE2 Evaluación de trabajos, proyectos, informes, memorias	Se valorará que los alumnos ejecuten los talleres planteados de forma original, individual y en tiempo y forma.	20%
SE2 Evaluación de trabajos, proyectos, informes, memorias	Se valorará que los alumnos ejecuten el proyecto transversal con calidad en grupos de 2-3 personas.	30%
SE3 Prueba Objetiva	Se valorará que los alumnos redacten y expongan, al finalizar la asignatura, un Proyecto teórico simulado de Modelo de Negocio Digital completo donde se valorará su estructura, formato, exposición, originalidad, realismo y viabilidad.	40%

Consideraciones generales acerca de la evaluación:

- El alumno irá demostrando con su trabajo en el aula, sus entregas parciales, sus ejercicios autónomos corregidos, y actitud general hacia su aprendizaje si está capacitado en las competencias que de él se esperan desarrollar en esta asignatura.
- Calificación numérica final de 0 a 10, será requisito indispensable alcanzar una calificación mínima de 5 puntos para poder obtener un aprobado.
- No se admitirán trabajos fuera de forma y fecha sin causa justificada, cada entrega se entiende como un examen y tendrá derecho a revisión. Y si se aceptan será con una reducción considerable en la nota.
- En la evaluación extraordinaria se realizarán los mismos trabajos y actividades con el mismo porcentaje de evaluación, solo que serán individuales, y el examen pasará a valorarse con un 50% de la nota, al no ser necesaria la asistencia y participación.

9. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

Bibliografía básica

BERENGUER, J. M. - RAMOS-YZQUIERDO, J. A. (2003). *Negocios digitales*. Pamplona: Eúnsa.

OSTERWALDER, A. - PIGNEUR, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: Deusto.

PIÑERO ESTRADA, E. (2015). *Estrategias y modelos de negocio*. Madrid: Ramón Areces.

Bibliografía recomendada

BLANK, S. y DORF, B. (2012) *The startup owners manual*. Editorial K&S Ranch, Inc.

CELAYA, J. (2011). *La empresa en la web 2.0: el impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación en la estrategia empresarial*. EDICIONES GESTION 2000

CHATFIELD, T. (2012). *50 cosas que hay que saber sobre mundo digital*. ARIEL

CORDON GARCIA, J. A. y CARBAJO CASCON, F. (2012). *Libros electrónicos y contenidos digitales en la sociedad del conocimiento*. PIRAMIDE

DE HARO DE SAN MATEO, V. y SAORIN PEREZ, T. (2011). *Contenidos digitales locales: modelos institucionales y participativos*. ANABAD

LASO, I. e IGLESIAS, M. (2012). *Internet, Comercio Colaborativo y mcomercio*. MUNDIPRENSA.

OSTERWALDER, A. y CLARK, T. (2012). *Tu modelo de negocio*. DEUSTO, S. A. EDICIONES

OSTERWALDER, A., PIGNEUR, Y., BERNARDA, G., SMITH A. (2015). *Diseñando la propuesta de valor*. Editorial Deusto.

PEREZ-TOME, J. & SMITH, C. (2005). *Beautiful PYME: ideas prácticas de marketing y comunicación para pequeñas y medianas empresas*. MCGRAW-HILL. INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.

PIMENTEL, D., GROISMAN, M. y MONTAGU, A. (2005). *Cultura digital: comunicación y sociedad*. PAIDOS IBERICA.

SEMPERE, P. (2007). McLuhan en la era de google: memorias y profecías de la aldea global. POPULAR

SIERRA SANCHEZ, J. (2014). Contenidos digitales en la era de la sociedad conectada. FRAGUA

Webgrafía

<https://canvanizer.com/new/business-model-canvas>

https://www.tuzzit.com/en/canvas/business_model_canvas

<https://promocionmusical.es/spotify-y-su-modelo-de-negocio/>

<https://www.smarttravel.news/2018/11/27/airbnb-historia-modelo-negocio-futuro/>

<https://tentulogo.com/netflix-modelo-negocio-los-llevo-la-cima/>

<https://rodrigolbarnes.com/2018/02/10/google/>

<https://www.dragon1.com/watch/261091/business-model-google>

<http://crearmiempresa.es/article-100-personas-a-seguir-en-2014-si-eres-emprendedor-121607071.html>

<http://www.gestiopolis.com/innovacion-emprendimiento/>

<http://www.leanstart.es/>

<http://emprenderesposible.org/modelo-canvas>

<http://www.emprenderalia.com/aprende-a-crear-modelos-de-negocio-con-business-model-canvas/>

<http://javiermegias.com/blog/2012/10/lean-canvas-lienzo-de-modelos-de-negocio-para-startups-emprendedores/>

<http://www.marketingyfinanzas.net/2013/03/modelo-canvas-una-herramienta-para-generar-modelos-de-negocios/>

6. MATERIAL, SOFTWARE Y HERRAMIENTAS NECESARIAS

MATERIALES:

Materiales necesarios del alumno:

- Ordenador personal con Windows