



GUÍA DOCENTE

CREACIÓN Y DESARROLLO DE EMPRESAS

GRADO EN DISEÑO DE PRODUCTOS INTERACTIVOS

MODALIDAD: A DISTANCIA

CURSO ACADÉMICO: 2023-2024

Denominación de la asignatura:	Creación y Desarrollo de Empresas
Titulación:	Diseño de Productos Interactivos
Facultad o Centro:	Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital
Módulo:	Conocimientos Transversales
Materia:	Empresa y Gestión
Curso:	4º
Cuatrimestre:	1º
Carácter:	OB
Créditos ECTS:	3
Modalidad de enseñanza:	A distancia
Idioma:	Castellano
Profesor / Email:	Juan Luis Posadas Sánchez/juan.posadas@u-tad.com
Página Web:	http://www.u-tad.com/

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Descripción de la materia

Esta asignatura pertenece al módulo Conocimientos Transversales y, dentro de éste, a la materia Empresa y Gestión.

Esta materia hace referencia al estudio y práctica del conjunto de técnicas relacionadas con los conocimientos aplicables a las empresas y su gestión.

Descripción de la asignatura

Existe una relación de interdisciplinariedad de esta asignatura con otras como la de Negocios y Modelos digitales, dentro de la misma materia, en cuanto que también se trata de analizar ideas de negocio en el ámbito de especialización del Grado, así como con Dirección y gestión de proyectos, también en empresa al tratar de transmitir al alumno elementos comunes sobre los proyectos empresariales.

Y con Habilidades de Dirección en la materia de Habilidades Generales, ya que, como no podía ser de otra manera, el alumno que cursa este Grado tiene que atravesar diferentes asignaturas desde perspectivas de

conocimiento también distintas pero con un hilo conductor interrelacionado que le ofrezcan competencias suficientes e interdisciplinarias para poder convertirse en un profesional del diseño de productos interactivos.

Esta asignatura resulta ser una de las de más utilidad en cuanto a su interés profesional y como oportunidad de creación de empresas para los alumnos del Grado de Diseño de Productos Interactivos ya que les ofrece una verdadera formación teórica y práctica sobre la puesta en marcha y lanzamiento de proyectos empresariales del ámbito digital. Les ofrece conocimientos interdisciplinarios orientados al acercamiento a la realidad profesional y de la relación de ésta con la sociedad en la que ejercerá su carrera, lo cual requiere de habilidades que van más allá de lo estrictamente necesario para el diseño de videojuegos o sistemas de ocio interactivo. Del mismo modo, aporta una visión empresarial general dentro de todo el Plan curricular que resulta de un gran valor en la sociedad actual donde el autoempleo es una de las salidas profesionales más importantes, por no decir la única.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias (genéricas, específicas y transversales)

BÁSICAS Y GENERALES

CG8 - Manifestar capacidad para trabajar en equipo.

CG9 - Saber gestionar eficazmente el tiempo.

CG10 - Tener capacidad de trabajar en un contexto internacional, así como en entornos diversos y multiculturales.

CG11 - Manejar habilidades básicas para las relaciones interpersonales

CG13 - Valorar el sentido ético en el trabajo.

CG14 - Saber trabajar en equipo en entornos multidisciplinares.

CG15 - Tener capacidad de organización y planificación.

CG17 - Demostrar habilidad para analizar, sintetizar y recoger información de diversas fuentes.

CG18 - Gestionar adecuadamente la información.

CG19 - Saber tomar decisiones y resolver problemas del ámbito profesional.

CG1 - Aprender a lo largo de la vida mediante el estudio autónomo y la formación continua.

CG2 - Saber adaptarse al cambio y a las nuevas situaciones con flexibilidad y versatilidad.

CG3 - Desarrollar el ámbito de la creatividad e innovación y tener la habilidad de presentar recursos, ideas y métodos novedosos para posteriormente concretarlos en acciones.

CG4 - Ejercer la capacidad de liderazgo y de negociación.

CG6 - Manifestar motivación por la calidad.

CG7 - Mostrar interés y sensibilidad en temas medioambientales y sociales, así como capacidad de análisis de la dimensión social de la actividad y responsabilidad social corporativa.

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

ESPECÍFICAS

CE4 - Analizar las necesidades y las implicaciones morales y éticas asociadas al desarrollo y de diseño que se plantean a los creadores de productos interactivos.

CE15 - Analizar las características y necesidades de los usuarios en el entorno humanista. como elemento fundamental en el diseño de productos interactivos.

CE20 - Conocer los factores determinantes del mercado de consumo de los productos interactivos teniendo en cuenta el conocimiento y el respeto de los entornos sociales y culturales.

CE22 - Comprender y comunicar de forma clara y efectiva las directrices de desarrollo de un proyecto

CE23 - Comprender los aspectos relevantes de la sociedad digital en el contexto de la sociología, la filosofía, la psicología, la ética, los valores morales y los aspectos relacionados con el conocimiento, que afectan a la creación, publicación y distribución de productos interactivos.

CE26 - Comprender y saber tematizar las relaciones Tecnología - Sociedad - Cultura, en relación con el diseño de productos interactivos.

CE27 - reconocer las implicaciones filosóficas, sociales y políticas de los diseños e innovaciones tecnológicas.

CE28 - Detectar las implicaciones sobre límites éticos y jurídicos de las innovaciones tecnológicas.

Resultados de aprendizaje

Comprender el entorno histórico de la actual industria digital y los cambios producidos en la sociedad debido a la inclusión de los nuevos medios digitales

Identificar diferentes segmentos de mercado para la producción de un videojuego

Estimar los costes y los tiempos de desarrollo de un proyecto de videojuegos.

- Diseñar la organización de la empresa con el objetivo de maximizar la contribución del equipo
- Gestionar las diferentes etapas de ejecución de la producción de un videojuego.
- Relacionar la legislación sobre propiedad intelectual con diversos escenarios (nacional, europeo e internacional)
- Identificar las fuentes de información económica relevante y su contenido.
- Conocer diversas técnicas de marketing y las implicaciones de éste sobre el desarrollo de un producto de ocio digital
- Especificar los requisitos que satisfacen el modelo de juego propuesto por el productor, generando soluciones aceptables en coste y tiempo.
- Reflexionar sobre límites éticos y jurídicos de las innovaciones tecnológicas.
- Interpretar datos relevantes de índole económica, política y cultural en el diseño de productos interactivos.

CONTENIDO

- Desarrollo de plan de creación de una empresa en España
- Plan de viabilidad de proyectos de empresa
- Estudio de casos de éxito
- Aspectos fiscales y jurídicos de la economía digital
- La industria digital y su universalidad
- El sector de producción de la economía digital

TEMARIO

Tema 1. Empresa, empresario y emprendimiento. La innovación.

Unidad 1. La empresa y su entorno.

Unidad 2. El empresario.

Unidad 3. Emprendimiento.

Tema 2. Creación y organización de proyectos empresariales

Unidad 4. El Plan de Empresa

Unidad 5. El Plan de Producción, Compras y Organización

Unidad 6. El Plan de Marketing

Unidad 7. El Plan Económico-financiero

Tema 3. Aspectos jurídicos, fiscales y administrativos de creación de la empresa y del profesional digital

Unidad 8. Tramitación de la creación de la empresa

Unidad 9. Tramitación de la puesta en marcha de la empresa

Tema 4. Búsqueda de información, fuentes financieras y ayudas al emprendimiento

Unidad 10. Búsqueda de información de apoyo al emprendimiento

Unidad 11. Fuentes financieras

Tema 5. Oportunidades empresariales en la industria digital

Unidad 12. Nuevas tecnologías como iniciativas emprendedoras

ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍAS DE APRENDIZAJE

Actividades formativas

Actividad Formativa	Horas totales	Horas síncronas
<i>Sesiones teóricas virtuales síncronas</i>	3,50	3,50
<i>Sesiones teóricas virtuales asíncronas</i>	9,17	0,00
<i>Sesiones prácticas virtuales síncronas</i>	0,83	0,83
<i>Sesiones prácticas virtuales asíncronas</i>	2,50	0,00
<i>Seminarios y Talleres</i>	2,00	0,00
<i>Debate y discusión oral y/o escrita.</i>	6,67	0,00
<i>Tutorías</i>	2,00	2,00
<i>Estudio independiente y trabajo autónomo del alumno</i>	19,17	0,00
<i>Elaboración de trabajos en grupo</i>	21,50	0,00
<i>Actividades de Evaluación</i>	3,33	3,33
<i>Test de autoevaluación</i>	4,33	4,33
<i>Seguimiento de proyectos</i>	0,00	0,00
TOTAL	75	14

Metodologías docentes

DESARROLLO TEMPORAL

Presentación - semana 1

Unidad 1 - semana 2-5

Unidad 2 - semana 6-9

Unidad 3 - semana 10-12

Repaso - semana 13-14

Evaluación - semana 15

SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN MÍNIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)	VALORACIÓN MÁXIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
<i>Evaluación de la participación en clase, en prácticas o en proyectos de la asignatura</i>	10	10
<i>Evaluación de trabajos, proyectos, informes, memorias</i>	10	20
<i>Prueba Objetiva</i>	60	70
<i>Evaluación por pares</i>	0	10

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	CONVOCATORIA ORDINARIA	CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA
<i>Evaluación de la participación en clase, en prácticas o en proyectos de la asignatura</i>	10	10
<i>Evaluación de trabajos, proyectos, informes, memorias</i>	20	20
<i>Prueba Objetiva</i>	70	70
<i>Evaluación por pares</i>	0	0

Consideraciones específicas acerca de la evaluación

Será necesario que obtener una nota mínima de 4 puntos (sobre 10) en la prueba final presencial para que se realice la media con las actividades formativas.

BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

Bibliografía básica

Gil Estallo, M. A. - Giner de la Fuente, F. (2013). Cómo crear y hacer funcionar una empresa. Madrid: ESIC.

Ribeiro Soriano, D. - Domingo, E. (2014). Creación de empresas y emprendimiento. Madrid: Pearson Educación.

Bibliografía recomendada

Edery, D y Mollick, E (2009) Changing the game: how videogames are transforming the future of business. Ed. FT Press. New Jersey

VV.AA. (2014): Empresa e iniciativa emprendedora. EDITEX, S.A.

Aceituno, P. (2012): Creación y gestión de empresas (2ª ed). CENTRO ESTUDIOS FINANCIEROS.

Adan Mico, P. (2014): Emprender con éxito. RC LIBROS.

Briascos, I. (2014): El desafío de emprender en el siglo XXI. NARCEA.

Giner de la Fuente, F. (2013): 27 conversaciones con emprendedores españoles. ESIC EDITORIAL.

Hoyos Iruarrizaga, J. & Blacno Mendialdua, A. (2014): Financiación del proceso emprendedor. PIRÁMIDE.

Asensio del Arco, E. - Vázquez Blómer, B. (2019). Empresa e iniciativa emprendedora. Madrid: Paraninfo.

Sánchez Morales, M. (2012). Manual de creación de empresas digitales y comercio electrónico 2.0. Málaga: Icton Ediciones.

Pelayo González, J & Rodríguez Laguía, F.J. (2015): Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial. PARANINFO.

SCHNARCH, A. (2010): Creatividad aplicada: como estimular y desarrollar la creatividad a nivel personal y empresarial. STARBOOK EDITORIAL

SUAREZ SANCHEZ-OCAÑA, A. (2012): Ha llegado la hora de montar tu empresa. DEUSTO S.A. EDICIONES

TODOLI CERVERA, F. (2013): Creación de empresas paso a paso 2013-2014. CISS, S.A. VV.AA. (2010): Guía para la creación de empresas. IC EDITORIAL.

Webgrafía básica

<http://portal.circe.es> <http://www.ajeimpulsa.es/> <http://www.crear-empresas.com>

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

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

<http://www.escolaempredadors.org/>

<http://www.ypdgroup.com>

<http://www.crearempresas.com/>

<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/portal/>

<http://servicios.ipyme.org/planempresa/>

<http://www.ayudas.net/>

<http://www.emprendedoresyparados.es/> <http://www.emprendedores.es/>

http://www.madrid.org/cs/Satellite?pagename=Emprendedores/EMPR_HOME/EMPR

[_Home](#)

MATERIALES, SOFTWARE Y HERRAMIENTAS NECESARIAS

Materiales:

Ordenador personal

Conexión a internet

Software:

Powerpoint

Acrobat Reader