



GUÍA DOCENTE

CREACIÓN Y DESARROLLO DE EMPRESAS

GRADO EN DISEÑO DE PRODUCTOS INTERACTIVOS

MODALIDAD: PRESENCIAL

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/es de enseñanza: | Presencial |
| Idioma: | Castellano |
| Profesor/a - 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 interdisciplinares 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 interdisciplinares 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 DOCENTES

Actividades formativas

| Actividad Formativa | Horas totales | Horas presenciales |
|--|---------------|--------------------|
| <i>Clases teóricas</i> | 15,00 | 15,00 |
| <i>Seminarios y talleres</i> | 3,33 | 3,33 |
| <i>Clases Prácticas</i> | 9,17 | 9,17 |
| <i>Tutorías</i> | 1,67 | 1,67 |
| <i>Actividades de Evaluación</i> | 3,33 | 3,33 |
| <i>Estudio y trabajo en grupo</i> | 14,17 | 0,71 |
| <i>Estudio y trabajo autónomo e individual</i> | 28,33 | 0,00 |
| TOTAL | 75 | 33 |

Metodologías docentes

Método expositivo/Lección magistral

Estudio de casos

Resolución de ejercicios y problemas

Aprendizaje cooperativo

DESARROLLO TEMPORAL

Tema 1 y 2: 5 semanas

Tema 3: 4 semanas

Tema 4: 2 semanas

Tema 5 y 6: 4 semanas

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 | 30 |
| <i>Evaluación de trabajos, proyectos, informes, memorias</i> | 30 | 60 |
| <i>Prueba Objetiva</i> | 30 | 70 |

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> | 30 | 30 |
| <i>Prueba Objetiva</i> | 60 | 60 |

Consideraciones generales acerca de la evaluación

- El sistema de evaluación del trabajo del alumno pretende dar un tratamiento objetivo y útil para conseguir un resultado cuantificable acorde con el esfuerzo realizado en la asignatura. Tendrá una consideración mixta

ya que se aplicará de forma constante a lo largo del curso y evaluará los conocimientos y competencias genéricas, otras competencias específicas, así como el razonamiento crítico, la capacidad de análisis y síntesis y la capacidad de resolución de problemas adquiridos por el alumno.

- Además, dado el carácter singular de esta asignatura -que pretende inculcar en el alumno una atracción positiva por la creación y gestión de empresas desde la perspectiva del autoempleo- también se valorará positivamente la adquisición de competencias transversales.

- Cualquier detección de plagio, copia o uso de malas prácticas (como el uso de IAs) en un

trabajo o examen supondrá el suspenso de dicho trabajo con un cero, un informe al profesorado

y coordinador académico y la aplicación de la normativa vigente, que puede conllevar sanciones muy graves para el alumno.

- No se permite el uso de relojes inteligentes ni teléfonos móviles durante los exámenes. Dichos dispositivos deben estar guardados y fuera de la vista del alumno durante el examen.

- No se permite el uso del teléfono móvil durante las clases.

- Se tendrán en cuenta los siguientes indicadores cuantificables:

- - Intervención en la discusión de preguntas y ejercicios.
- - La participación activa en los trabajos prácticos.
- - La realización del Plan de Empresa y el examen final serán obligatorios para superar la asignatura.

- La evaluación global de la asignatura se basará en la suma y ponderación de las distintas actividades puntuables según el esquema básico de actividades evaluables, tanto cualitativa como cuantitativamente, establecido en este apartado y en la tabla del apartado anterior, siempre sobre una escala total de 0-10 puntos (con un máximo de dos decimales). La nota del examen final requerirá una puntuación objetiva mínima de 5,00 para poder promediarla con la asistencia y los trabajos para aprobar la asignatura.

- El PM (Plan de Marketing) es un eje fundamental de la evaluación de la asignatura en su conjunto, de ahí su peso porcentual en esta evaluación. El PM podrá ser individual o colectivo, dependiendo del número de alumnos. La puntuación otorgada por el PM se basará en la valoración de los siguientes elementos:

- 1. Contenidos básicos del MP, Formato y redacción,
- 2. Originalidad y realismo de la idea de negocio, y
- 3. Viabilidad técnica y económica del modelo, y
- 4. Presentación oral en clase.

- La nota final se otorgará mediante la media aritmética de las puntuaciones de 0 a 10 (con dos decimales) de cada uno de los elementos mínimos obligatorios antes mencionados.

- Los trabajos o actividades exigidos a los alumnos deberán estar correctamente redactados y presentados. Los trabajos que no alcancen un nivel mínimo de presentación acorde con el tipo de estudios que cursen los alumnos podrán ser suspendidos automáticamente.

- Tanto en el caso de los trabajos o ejercicios como, especialmente, en el MP, se valorará la correcta expresión escrita, puntuándose negativamente las faltas de ortografía con un valor de 0,5 puntos por cada falta y 0,1 por cada falta o error de acentuación hasta un máximo de 4 puntos

- Se considerará que el alumno ha superado la asignatura si presenta las actividades obligatorias y obtiene una puntuación total mínima de 5 puntos básicos.

- Una de las características de nuestro Centro Universitario radica en la búsqueda de la excelencia, por lo que este tipo de evaluación también se incluye en la valoración. Para ello, podrán recibir la mención de Matrícula de Honor aquellos alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9 puntos y que cumplan los criterios transversales y otras competencias específicas antes mencionadas, demostrando una especial dedicación a esta materia.

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

Ederly, 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.

Briascó, 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 Mendiádua, 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.ypdgroup.com>

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

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

<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

Tipología del aula

Equipo de proyección y pizarra

Materiales:

Ordenador personal

Software:

Powerpoint

Acrobat Reader