



GUÍA DOCENTE

Negocios y Modelos Digitales

**GRADO EN ILUSTRACIÓN DE DESARROLLO
VISUAL**

MODALIDAD: PRESENCIAL

CURSO ACADÉMICO: 2026-2027

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Denominación de la asignatura:	Negocios y Modelos Digitales
Titulación:	Grado en Ilustración de Desarrollo Visual
Facultad o Centro:	Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital
Materia:	Fundamentos Interdisciplinarios
Curso:	2
Cuatrimestre:	1
Carácter:	OB
Créditos ECTS:	3
Modalidad/es de enseñanza:	Presencial
Idioma:	Castellano
Profesor/a - email	Juan Luis Posadas / juan.posadas@u-tad.com
Página Web:	http://www.u-tad.com/

Descripción de la materia

La materia Fundamentos Interdisciplinarios proporciona al estudiante conocimientos transdisciplinarios orientados a la inmersión del alumno en la realidad de su contexto, que requiere de habilidades más allá de lo específico al arte y al diseño. La materia se concreta en cuatro asignaturas que componen un panorama completo del entorno en el que se desarrolla el ámbito de la ilustración y el desarrollo visual. Este conjunto de conocimientos han de permitir al alumno desenvolverse en los entornos digitales actuales, entendiendo sus posibilidades profesionales laborales y de iniciativa individual, en un entorno polifacético y en cambio constante.

Descripción de la asignatura

Esta asignatura es de gran interés para los alumnos ya que les permite acercarse al análisis y detección de nuevos modelos y oportunidades de negocio en el ámbito digital. Esta formación teórica y práctica sobre modelos digitales es un fundamento para desarrollar sus intereses profesionales futuros.

En la asignatura se tiene muy en cuenta que el sector digital y sus fundamentos teóricos están en constante evolución, por lo que no se puede considerar un campo de conocimientos consolidados.

La asignatura pretende dar una perspectiva amplia e innovadora del papel que desempeñará un profesional de la Ilustración y el diseño en la cadena de valor empresarial y en el desarrollo de negocios de naturaleza digital. Del mismo modo, aporta una visión y perspectiva empresarial que resulta de un gran valor para los

alumnos de este Plan de Estudios, pues en la sociedad actual el emprendimiento y el autoempleo son salidas profesionales cada vez más importantes.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA MATERIA (CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y COMPETENCIAS)

K5Conocer los fundamentos creativos de generación de ideas para proyectos de ilustración en entornos digitales.

K10Identificar las características de la sociedad de la información y la industria digital actual con especial atención a las teorías de la imagen y las nuevas tendencias creativas.

K13Relacionar los agentes del sector del entretenimiento digital y los procesos de producción de un proyecto en el que estén implicados.

K14Comprender el marco legal y normativo que regula y condiciona la actividad del profesional del sector de la ilustración actual.

S7Interpretar los códigos significativos de la imagen en proyectos de arte, comunicación y diseño visual.

S9Confeccionar estrategias de producción en proyectos de ilustración y desarrollo visual mediante la utilización de herramientas de seguimiento y gestión de proyectos.

S11Adquirir las habilidades artísticas básicas de observación, interpretación para la representación gráfica del entorno físico.

S13Experimentar técnicas diversas de creatividad para la producción de obras artísticas innovadoras.

C2Crear ilustraciones y recursos gráficos que tengan en cuenta la diversidad de género y la discapacidad de manera inclusiva y equitativa contribuyendo a la construcción de una sociedad más igualitaria y diversa.

C3Gestionar el tiempo y los recursos técnicos y humanos de un proyecto mediante la definición de flujos de trabajo y el seguimiento de las tareas asociadas.

C5Crear imágenes con métodos novedosos sirviéndose de la creatividad y la innovación.

C6Colaborar con otros miembros del equipo de trabajo con responsabilidad y compromiso entendiendo las interdependencias entre las tareas de cada uno.

CONTENIDO

Introducción al Concepto de Empresa Digital

La Industria Digital

Negocio digital y marketing en Internet

La profesión del ilustrador. El encargo profesional. El ámbito y el tema
Especificaciones del encargo e interpretación. Fuentes y archivos

TEMARIO

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

Unidad 1. La empresa digital.

Unidad 2. Modelos de negocio.

Unidad 3. Generación de modelos de negocio.

Tema 2. Diseño de propuestas de valor.

Unidad 4. Lienzo de propuestas de valor.

Unidad 5. Comprender a los clientes.

Tema 3. Marketing y ventas.

Unidad 6. Estrategia de Marketing.

Unidad 7. Marketing digital.

ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍAS DOCENTES

Actividades formativas

Actividad Formativa	Horas totales	Horas presenciales
<i>Lección magistral</i>	17	17
<i>Resolución de ejercicios</i>	11	11
<i>Estudio independiente y trabajo autónomo del alumno</i>	27	0
<i>Elaboración de trabajos (en grupo o individuales)</i>	18	0
<i>Actividades de Evaluación</i>	2	2

Metodologías docentes

M1P -Metodología clásica (lecciones magistrales)

M2P -Aprendizaje basado en problemas

M3P -Aprendizaje basado en proyectos (ABP)

M5P -Aprendizaje por investigación(ABI)

M6P -Metodología aula invertida (Flipped classroom)

M7P -Gamificación

DESARROLLO TEMPORAL

Unidad 1. La empresa digital. 2 SEMANAS.

Unidad 2. Modelos de negocio. 2 SEMANAS

Unidad 3. Generación de modelos de negocio. 2 SEMANAS

Unidad 4. Lienzo de propuestas de valor. 2 SEMANAS

Unidad 5. Comprender a los clientes. 2 SEMANAS

Unidad 6. Estrategia de Marketing. 2 SEMANAS

Unidad 7. Marketing digital. 2 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>	0	30
<i>Evaluación de trabajos, proyectos, informes, memorias</i>	20	50
<i>Prueba Objetiva</i>	50	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>	50	50
<i>Prueba Objetiva</i>	40	40

Consideraciones generales acerca de la evaluación

La asistencia y participación en clase (10% de la nota) se evaluará teniendo en cuenta la asistencia (porcentaje de clases asistidas (la mitad de la nota) y el número de participaciones, así como la calidad de lo dicho en clase (la otra mitad de la nota). Será necesaria la asistencia a, al menos, un 80% de las clases para poder sumar el resto de notas. La parte de trabajos (50% de la nota) corresponde a dos trabajos individuales (20%), entregables durante el curso, y a un Diseño de negocio digital realizado en grupo de 2 o 3 como máximo (30%), entregable a final de curso. Son trabajos que deben realizarse sin ayuda alguna de IAs o de plagio o copia, todo lo cual será calificado con un 0 y podrá llegar a ser motivo de apertura de expediente disciplinario. El examen final (40% de la nota final) será teórico, con 5 preguntas de desarrollo sobre el temario subido a BlackBoard y explicado en clase. Cada respuesta correcta valdrá 2 puntos. Se quitarán puntos por las faltas de ortografía (tildes incluidas) hasta un máximo de 5 puntos en un examen. Se realizará en papel. No se podrán utilizar apuntes, ni se permitirá el uso de ningún dispositivo digital durante el mismo. Una vez comenzado el examen no se permitirá la entrada al aula, siendo No Presentado aquellos alumnos que lleguen tarde sin una justificación documental. Si un alumno/a aprueba los trabajos, pero suspende el examen, podrá reservarse la nota obtenida en los mismos de cara a la evaluación extraordinaria. Pero también podrá volver a subir dichos trabajos si considera que puede mejorarlos. Para sumar todas las notas, deberá obtenerse un 5 como mínimo en el examen, tanto en convocatoria ordinaria como en extraordinaria. No estará permitido el uso de ordenadores en el aula, salvo en aquellos casos en que el alumno tome apuntes digitalmente. El uso de ordenadores para otras actividades que no sean tomar apuntes o seguir las diapositivas de clase terminará con la expulsión presencial del alumno durante dicha clase.

BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

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.

SÁNCHEZ MORALES, M. (2012). Manual de creación de empresas digitales y comercio electrónico 2.0. Málaga: Ichton Ediciones.

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

MATERIALES, SOFTWARE Y HERRAMIENTAS NECESARIAS

Tipología del aula

NMT

Materiales:

Ordenador personal

Software:

Power Point y software básico de Adobe.

