

**Emprendimiento y Creación de Empresas**

Código: 104747  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2503873 Comunicación Interactiva	OB	3	2

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

## Contacto

Nombre: Mercedes Lecha Salvador  
Correo electrónico: Mercedes.Lecha@uab.cat

## Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)  
Algún grupo íntegramente en inglés: No  
Algún grupo íntegramente en catalán: No  
Algún grupo íntegramente en español: Sí

## Prerequisitos

Esta asignatura no tiene requisitos previos.

## Objetivos y contextualización

- Aprender a desarrollar un plan de empresa a partir de una idea propia.
- Encontrar oportunidades en un mercado dado a partir de su estudio y del manejo de técnicas de fomento de la creatividad.
- Conocer los aspectos jurídicos y legales esenciales del ámbito de las empresas.
- Explicar cómo la innovación se ha convertido en un motor del cambio económico y social, y de qué manera dicha innovación afecta a la tipología y las características internas y externas de las empresas que se crean.
- Analizar iniciativas de éxito y buenas prácticas desarrolladas por emprendedores en el ámbito de la comunicación digital.
- Estudiar los aspectos gerenciales y económicos básicos de la gestión empresarial, así como las cuestiones éticas básicas que conviene considerar en una empresa.

## Competencias

- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.
- Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo.
- Demostrar conciencia ética, así como empatía con el entorno.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.
- Promover proyectos profesionales y empresariales complejos e innovadores de nuevos medios y comunicarlos eficientemente.

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

## Resultados de aprendizaje

1. Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.
2. Demostrar habilidades de liderazgo e iniciativa para la creación de un proyecto de empresa.
3. Demostrar los conocimientos básicos jurídicos y de gestión para comprender la estructura de las empresas de los nuevos medios.
4. Demostrar los conocimientos para dirigir equipos multidisciplinares de trabajo de forma eficiente.
5. Diferenciar las características de los trabajadores en función de sus responsabilidades laborales.
6. Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.
7. Expresarse con orden, fluidez y eficacia comunicativa en las dos lenguas oficiales de manera oral y escrita y desplegar una correcta capacidad argumentativa.
8. Planificar y ejecutar trabajos en el ámbito del emprendimiento y la creación de empresas.
9. Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.
10. Trabajar en equipo y respetar la ética para crear correctos trabajos de curso.

## Contenido

Dado que está pendiente la asignación del profesor titular de la asignatura, el calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura.

Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura.

En caso de cambio de modalidad docente por razones sanitarias, el profesorado informará de las adaptaciones que se hagan en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

## Metodología

La asignatura consta de una parte teórica y una parte práctica que se desarrollarán de manera presencial.

En las sesiones de teoría, se realizará una introducción a los principales conceptos del emprendimiento, que se complementarán con lecturas obligatorias y recursos digitales.

Posteriormente, se desarrollará la actividad práctica durante el seminario, siempre relacionada con la clase teórica impartida. En estos seminarios se desarrollará un plan de empresa que se presentará durante las últimas sesiones del curso.

La metodología docente puede verse modificada cuando se establezca la persona titular de la asignatura.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
--------	-------	------	---------------------------

Tipo: Dirigidas

Clases magistrales	28	1,12	3, 4, 2, 6, 5, 9
Prácticas	10	0,4	4, 7, 8, 9, 10
Seminarios	10	0,4	4, 2, 7, 8, 10
Tipo: Supervisadas			
Análisis, planteamiento y presentación oral de casos reales y de estudio	4	0,16	2, 7, 9, 10
Tutorías	3	0,12	7, 8, 9, 10
Tipo: Autónomas			
Estudio personal	15	0,6	1, 3, 2, 6, 5
Lecturas relacionadas	4	0,16	1, 3, 6
Preparación de trabajos y prácticas	42	1,68	3, 4, 2, 6, 5, 7, 8, 9, 10
Presentación oral de los trabajos	4	0,16	3, 4, 2, 6, 5, 7, 8, 9, 10

## Evaluación

Para superar la asignatura se deben aprobar como mínimo las actividades A y B de evaluación que consisten en:

- Actividad A.: Test teórico individual: 40% de la calificación final
- Actividad B.: Trabajo final de prácticas en grupo: 40% de la calificación final
- Actividad C.: Presentación oral de los trabajos: 10% de la calificación final
- Actividad D.: Asistencia y participación en clase: 10% de la calificación final

La asistencia presencial a los seminarios es obligatoria y solo se admite que el estudiante falte a un 20% de las sesiones.

En el Campus Virtual se colgarán las calificaciones de las pruebas evaluables.

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades, el peso de las cuales sea de un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura. Para ello, podrá realizar un examen teórico y/o práctico durante las últimas semanas de curso.

El alumnado que no se presente a ninguna de las pruebas evaluables ni a la recuperación, será calificado como No evaluable.

En el caso de segunda matrícula, el alumnado podrá realizar una única prueba de síntesis que consistirá en un examen teórico y práctico.

El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad...) se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

La evaluación puede verse modificado cuando se establezca la persona titular de la asignatura. Igualmente, la metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

## Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Asistencia y participación en clase	10%	5	0,2	3, 4, 6, 7, 10
Presentación oral de los trabajos	10%	5	0,2	2, 7, 9
Test teórico individual	40%	10	0,4	1, 3, 6, 7
Trabajo final de prácticas en grupo	40%	10	0,4	1, 3, 4, 2, 6, 5, 7, 8, 9, 10

## Bibliografía

De Mateo, Rosario; Laura Bergés; Marta Sabater (2009) Gestión de empresas de comunicación. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.

Cerezo, Pepe. (2019) Los medios ante los modelos de suscripción. Barcelona. Editorial UOC

Sáinz de Vicuña Ancín, Jose Maria. (2021). El plan de marketing digital en la práctica (23rd ed.). Madrid: ESIC.

Salaverría, Ramon. (2020) Digital Native News Media: Trends and Challenges. Media and Communication, 2020, Volume 8, Issue 2.

Covey, Stephen. (2016). Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva. Barcelona: Paidós.

La bibliografía se completará con la asignación de la persona titular de la asignatura.

## Software

Paquetes de ofimática.