

Titulación	Tipo	Curso
2503873 Comunicación Interactiva	OB	3

## Contacto

Nombre: Marc Espin Heras

Correo electrónico: marc.espin@uab.cat

## Equipo docente

Marc Espin Heras

## Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

## Prerrequisitos

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

- Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
- Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.

- Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.
- 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.
- Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.
- 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. Analizar críticamente los principios, valores y procedimientos que rigen el ejercicio de la profesión.
2. Analizar los indicadores de sostenibilidad de las actividades académico-profesionales del ámbito integrando las dimensiones social, económica y medioambiental.
3. Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.
4. Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.
5. Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.
6. Demostrar habilidades de liderazgo e iniciativa para la creación de un proyecto de empresa.
7. Demostrar los conocimientos básicos jurídicos y de gestión para comprender la estructura de las empresas de los nuevos medios.
8. Demostrar los conocimientos para dirigir equipos multidisciplinares de trabajo de forma eficiente.
9. Diferenciar las características de los trabajadores en función de sus responsabilidades laborales.
10. Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.
11. Explicar el código deontológico, explícito o implícito, del ámbito de conocimiento propio.
12. Expresarse con orden, fluidez y eficacia comunicativa en las dos lenguas oficiales de manera oral y escrita y desplegar una correcta capacidad argumentativa.
13. Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de conocimiento propio.
14. Planificar y ejecutar trabajos en el ámbito del emprendimiento y la creación de empresas.
15. Ponderar los riesgos y las oportunidades de las propuestas de mejora tanto propias como ajenas.
16. Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.
17. Proponer nuevas maneras de medir el éxito o el fracaso de la implementación de propuestas o ideas innovadoras.
18. Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.
19. Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
20. Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.
21. Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales.
22. Trabajar en equipo y respetar la ética para crear correctos trabajos de curso.
23. Valorar cómo los estereotipos y los roles de género inciden en el ejercicio profesional.
24. Valorar el impacto de las dificultades, los prejuicios y las discriminaciones que pueden incluir las acciones o proyectos, a corto o medio plazo, en relación con determinadas personas o colectivos.

## Contenido

1. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDIMIENTO Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS. Conceptos clave. Plan de empresa. Innovación y creatividad.
2. LA EMPRESA DIGITAL EN SU ENTORNO. Entorno macro (PESTEL) y principales indicadores macroeconómicos y entorno micro (estudio de mercado). Tipos de estructura jurídico-económica de las empresas. Las organizaciones sin ánimo de lucro. La ética empresarial.
3. MARKETING Y MODELOS DE NEGOCIO DIGITAL. Objetivos y estrategias de marketing (plan marketing, 4 P). Modelos de negocio y estrategias de comunicación.
4. PRODUCCIÓN Y ORGANIZACIÓN. Liderazgo. Organigrama. Procesos, recursos y costes de producción (plan de producción).
5. PLAN FINANCIERO Y FUENTES DE FINANCIACIÓN. Inversiones y fuentes de financiación. Instrumentos de planificación e información económico-financiera: presupuestos y cuentas anuales (plan financiero).

### Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales	28	1,12	6, 9, 8, 10, 16, 7
Prácticas	10	0,4	8, 14, 12, 16, 22
Seminarios	10	0,4	6, 8, 14, 12, 22
Tipo: Supervisadas			
Análisis, planteamiento y presentación oral de casos reales y de estudio	4	0,16	6, 12, 16, 22
Tutorías	3	0,12	14, 12, 16, 22
Tipo: Autónomas			
Estudio personal	15	0,6	5, 6, 9, 10, 7
Lecturas relacionadas	4	0,16	5, 10, 7
Preparación de trabajos y prácticas	42	1,68	6, 9, 8, 10, 14, 12, 16, 7, 22
Presentación oral de los trabajos	4	0,16	6, 9, 8, 10, 14, 12, 16, 7, 22

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

En la parte teórica se realizará una introducción a los principales conceptos del emprendimiento y la creación de empresas, que se complementarán con ejercicios, lecturas y otros recursos digitales.

En la parte práctica se profundizará en los conocimientos del emprendimiento y la creación de empresas a través de ejercicios y análisis de casos reales, con el objetivo de disponer de herramientas para desarrollar un proyecto a partir de una idea propia o de un problema dado por una organización real, 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.

## Evaluación

### Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Asistencia y participación en clase	10%	5	0,2	8, 10, 12, 7, 22
Examen teórico individual	40%	10	0,4	5, 10, 12, 7
Presentación oral de los trabajos	10%	5	0,2	4, 1, 6, 18, 12, 16, 15
Trabajo final de prácticas en grupo	40%	10	0,4	3, 2, 23, 1, 5, 6, 9, 8, 10, 24, 11, 13, 14, 17, 19, 20, 21, 12, 16, 7, 22

Para superar la asignatura se debe optar por una de las siguientes 3 opciones:

#### 1. Evaluación continuada

Para superar la asignatura se debe asistir al menos al 80% de todas las clases y obtener una calificación media de 5 sobre 10. Para poder hacer media se deben aprobar todas y cada una de las pruebas que compongan las partes A y B. En caso contrario, se suspenderá la asignatura y solo quedará la opción de superarla en la recuperación. La evaluación continuada se estructura en las siguientes partes:

- A) 40% Examen teórico individual
- B) 40% Trabajo final de prácticas en grupo
- C) 10% Presentación oral del trabajo
- D) 10% Asistencia y participación

#### 2. Evaluación única

Para optar a la evaluación única, el alumnado debe solicitarla durante el mes de febrero. En este caso, la asistencia a clase será recomendable, pero no obligatoria. Para poder hacer media y superar la asignatura se deben aprobar todas y cada una de las pruebas que compongan las partes A y B. En caso contrario, se suspenderá la asignatura y solo quedará la opción de superarla en la recuperación. La evaluación única se estructura en las siguientes partes:

- A) 50% Examen teórico individual
- B) 50% Trabajo final de prácticas individual

### 3. Prueba de síntesis

Para optar a la prueba de síntesis, el alumnado debe solicitarla durante el mes de febrero. Solo el alumnado de segunda matrícula puede optar a la prueba final y única de síntesis. No existe derecho a recuperación. Este examen se realizará el día de la recuperación y será el mismo examen que la recuperación del resto de alumnos.

#### Recuperación

El alumnado solo tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades y ha obtenido una calificación menor a 5.

#### Advertencias

- Las fechas de las pruebas se darán el día de la presentación de la asignatura y se notificarán en el Campus Virtual.
- Si hubiera cambios en el sistema de evaluación, se notificarán el día de presentación de la asignatura y en el Campus Virtual.
- El alumnado que no se presente a ninguna de las pruebas evaluables ni a la recuperación, será calificado como No evaluable.
- En el caso que cualquier estudiante realice una irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que pudiera instruirse. En caso de que se produzcan varias irregularidades, en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

### 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

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

Laloux, F. (2015). *Reinventar las organizaciones: Una guía para crear organizaciones inspiradas en el siguiente estadio de consciencia humana* (A. Gumbau, Trad.). Editorial Arpa.

Observatorio del Emprendimiento de España. (2024). Informe GEM España 2023-2024.

OECD/Eurostat. Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition

Sáinz de Vicuña Ancín, Jose María. (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.

Ries, Eric (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*.

### Software

Paquetes de ofimática.

## Lista de idiomas

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(SEM) Seminarios	61	Español	segundo cuatrimestre	tarde
(SEM) Seminarios	62	Catalán/Español	segundo cuatrimestre	tarde
(TE) Teoría	6	Español	segundo cuatrimestre	tarde

PROVISIONAL