

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Emprendimiento digital
Titulación	Máster Universitario en Comunicación y Emprendimiento Digital
Escuela/ Facultad	Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
Curso	1º
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	Primer semestre
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	Emilio Velasco PhD
Docente	Emilio Velasco PhD

2. PRESENTACIÓN

"Emprendimiento Digital" proporciona los conocimientos y herramientas necesarios para desarrollar y poner en marcha ideas de negocio en el ámbito digital. Este módulo se centra en establecer una hoja de ruta sólida mediante la creación de planes de negocio efectivos, comprendiendo el contexto financiero y legal, y explorando las mejores estrategias para captar financiación y presentar proyectos con éxito ante inversores.

El contenido incluye el estudio de modelos de negocio online y e-business en comunicación digital, destacando sus particularidades y modelos de gestión para asegurar la sostenibilidad en mercados competitivos. Los estudiantes trabajarán con herramientas clave como el business canvas, planes de negocio y técnicas de presentación de proyectos, esenciales para estructurar y comunicar sus ideas.

Asimismo, se abordará el marco legal aplicable al emprendimiento digital, como la propiedad intelectual y la Ley de Protección de Datos, además de analizar nuevos modelos financieros como el crowdfunding y crowdsourcing. Se potenciarán habilidades comerciales, como el pitch elevator, para facilitar la comunicación efectiva de proyectos ante potenciales inversores.

El módulo incluye el análisis de case studies sobre negocios digitales de éxito, desde startups nacidas en la web hasta empresas tradicionales que han migrado al entorno digital. También se explorarán estrategias relacionadas con la web participativa y el modelo de red social, esenciales para desarrollar campañas innovadoras y sostenibles en el ámbito del emprendimiento digital.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- **CB3:** Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- **CB4:** Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- **CB5:** Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias transversales:

- **CT03:** Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes.
- **CT05:** Análisis y resolución de problemas: Ser capaz de evaluar de forma crítica la información, descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes, reconocer patrones, y considerar otras alternativas, enfoques y perspectivas para encontrar soluciones óptimas y negociaciones eficientes.
- **CT08:** Espíritu emprendedor: Capacidad para asumir y llevar a cabo actividades que generan nuevas oportunidades, anticipan problemas o suponen mejoras.

Competencias específicas:

- **CE02:** Capacidad para gestionar los nuevos soportes digitales de cultura, su organización y desarrollo en los nuevos formatos
- **CE06:** Categorizar las nuevas estructuras redaccionales, su proceso de trabajo en los diferentes tipos de medios.
- **CE11:** Capacidad para organizar el flujo de trabajo y la asignación de tareas en la empresa de comunicación.
- **CE14:** Capacidad para identificar y aplicar el Entorno legal: propiedad intelectual y Ley de protección de datos
- **CE15:** Hacer un diagrama del entorno financiero y sus modelos y fuentes de financiación a proyectos digitales.
- **CE17:** Capacidad para elaborar el plan de negocio de una empresa de comunicación digital, así como el "business model canvas".
- **CE18:** Analizar y aplicar los códigos éticos de la comunicación.
- **CE21:** Capacidad para negociar y gestionar la diversidad en los medios de comunicación digital.
- **CE27:** Capacidad para elaborar un "elevator pitch" para la presentación de proyectos de emprendimiento a inversores y acceso a rondas de financiación.

Resultados de aprendizaje:

El estudiante será capaz de:

- **RA1:** El alumno obtendrá los conocimientos necesarios para poder integrar los procesos y técnicas que aprenderá a lo largo de la titulación para poner en marcha su idea de negocio exitosamente en el área de emprendimiento digital y comunicación, e-business e e-commerce. Establecer una hoja de ruta mediante la realización de un plan de negocio de forma efectiva (Trabajar el e-Business sus planes de negocio y presentación de proyectos), entender los principales "stakeholders", contexto legal y formas disponibles de captación de financiación para su idea (así como el análisis y elección de las mismas).
- **RA2:** Comprender las nuevas estructuras redaccionales, su proceso de trabajo en los diferentes tipos de medios.
- **RA3:** Contextualización del entorno financiero, sus modelos y fuentes de financiación.
- **RA4:** Presentar de forma eficaz el proyecto de emprendimiento a inversores.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB3, CB4, CB5 CE21, CE27, CE02, CE14, CE15, CE17, CT03, CT05, CT08	RA1: El alumno obtendrá los conocimientos necesarios para poder integrar los procesos y técnicas que aprenderá a lo largo de la titulación para poner en marcha su idea de negocio exitosamente en el área de emprendimiento digital y comunicación, e-business e e-commerce. Establecer una hoja de ruta mediante la realización de un plan de negocio de forma efectiva (Trabajar el e-Business sus planes de negocio y presentación de proyectos), entender los principales "stakeholders", contexto legal y formas disponibles de captación de financiación para su idea (así como el análisis y elección de las mismas).
CB3, CB4, CE02, CE18, CE21, CT03, CT05	RA2: Comprender las nuevas estructuras redaccionales, su proceso de trabajo en los diferentes tipos de medios.
CB3, CE02, CE11, CE27, CT05, CT08	RA3: Contextualización del entorno financiero, sus modelos y fuentes de financiación.
CB10, CE11, CE14, CE15, CE17, CE21, CE27, CT05, CT08	RA4: Presentar de forma eficaz el proyecto de emprendimiento a inversores.

4. CONTENIDOS

En este módulo se tratan los siguientes contenidos:

Emprendimiento en el negocio multimedia

- El espíritu emprendedor y la innovación. Ecosistema emprendedor
- Modelos de negocio online y e-Business en el área de comunicación digital. Particularidades y modelos de gestión
- El "business canvas", planes de negocio y presentación de proyectos
- Entorno legal: Legislación y marco legal asociado al emprendimiento. Propiedad intelectual y Ley de Protección de Datos.
- El plan financiero y entorno financiero: Nuevos Modelos financieros y fuentes de financiación. Iniciativas de "crowdfunding" y "crowdsourcing"
- Gestión comercial
- Pitch elevator, el proceso de venta, captación de financiación y habilidades de comunicación para presentación de proyectos.

Análisis práctico del negocio online

- Case studies: e-business y comunicación digital. Modelos de negocios online y estrategia.
- Negocios de éxito nacidos en la WEB: Buscadores, servicios avanzados...
- Negocios derivados del mundo off-line: venta al detalle, medios, servicios bancarios...
- WEB participative.
- El modelo de la Red Social.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Método del caso.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje basado en problemas (ABP).
- Aprendizaje basado en proyectos.
- Clase Magistral.

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones magistrales	25
Debates y coloquios	10
Análisis de casos	25
Resolución de problemas	30
Investigaciones y proyectos	10
Exposiciones orales de trabajos	10
Tutorías	25
Trabajo autónomo	15
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Prueba presencial de conocimiento	40%
Exposición oral	10%
Proyecto	20%
Caso / problema	30%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1: Emprendimiento digital: innovación, ecosistema y proceso de venta.	3ª semana diciembre 2024
Actividad 2: Gestión comercial del e-commerce.	4ª semana diciembre 2024
Actividad 3: Modelos de negocios digitales.	2ª semana enero 2025
Actividad 4: Marco legal, financiero y administrativo del emprendimiento.	3ª semana enero 2025
Actividad 5: Asimilación de conocimiento.	3ª semana enero 2025

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se aporta la bibliografía en la que se basan los temas correspondientes al módulo.

UA1: Emprendimiento digital: innovación, ecosistema y proceso de venta

- Baron, R. & Shane, S. (2005). *Entrepreneurship: A process perspective*. Mason, Ohio: South- Western.
- Blackburn, R.A. & Brush, C.G. (Eds.). (2008). *Small business and entrepreneurship*. (Vols. 1-5). Los Angeles, CA: SAGE Publications.
- DeBaise, C. (2009). *The Wall Street Journal: Complete small business guidebook*. New York, NY: Three Rivers Press.
- Saco, R., & Mazza, M. (2004). *Aprender a crear una microempresa*. Barcelona: Paidós.
- Verbeke, A., Tavares, A., & Tulder, R. (2011). *Entrepreneurship in the Global Firm* (Vol. 6). Bingley, UK: Emerald Group Publishing.

UA2: Gestión comercial del e-commerce

- Escribano Arrechea, Javier (2017) *Vender en Internet*. Grupo Anaya Publicaciones Generales.
- De Sieira Valpuesta, Manuel (2018) *MK Ret@il. Del comercio presencial al e-commerce. Marketing de la distribución*. ESIC Editorial.

- Revella, Adele (2015) Buyer Personas: How to Gain Insight into your Customer's Expectations. Wiley.
- Tayar López, Ricardo. (2018) CRO. Diseño y desarrollo de negocios digitales. Grupo Anaya Publicaciones Generales
- De Somalo Peciña, Ignacio (2017) El Comercio electrónico. Una guía completa para gestionar la venta online. ESIC Editorial.

UA3: Modelos de negocios digitales

- Osterwalder, A. y Pigneur Y. (2011) Generación de modelos de negocio. Traductor: Vázquez Cao, Lara. Tercera Edición. España: Deusto S.A. Ediciones.
- Trias de Bes, F. (2015), El libro negro del emprendedor, Empresa Activa.
- Ries, E. (2012), El método Lean Startup, Deusto.
- Catmul, E. (2018), Creatividad S.A, Conecta.

UA4: Marco legal, financiero y administrativo del emprendimiento

- Longenecker, J. (2007), Administración de pequeñas empresas: enfoque emprendedor. 13ª edición. México: CengageLearning.
- Jeffrey A., Timmons, S. (2009), New Venture Creation: Entrepreneurship in the 21st Century (9th Edition). McGraw-Hill.
- Kawasaki, G. (2004), The Art of the Start: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything, Penguin Group.
- Trias de Bes, F. (2007), El libro negro del emprendedor. Empresa Activa.
- Kiyosaki, R. (2000), The Cashflow Quadrant, Warner Books.
- Bulat, S. (2008), El arte de inventarse profesiones, Empresa Activa.
- Harv Eker, T. (2005), Secrets of the Millionaire Mind, Harper Business.
- Bach D. (2004), The Automatic Millionaire, Broadway Books.

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.