



Información de la asignatura

Titulación: Grado en Multimedia y Artes Digitales

Facultad: Facultad de Ciencias Jurídicas, Económicas y Sociales

Código: 1251105 **Nombre:** Management Empresarial

Créditos: 6,00 **ECTS** **Curso:** 1 **Semestre:** 1

Módulo: Empresa y marco jurídico

Materia: Empresa **Carácter:** Formación Básica

Departamento: Multimedia y Artes Digitales

Tipo de enseñanza: Presencial

Lengua/-s en las que se imparte: Castellano

Profesorado:

1251A Federico Lopez Esquibel (**Profesor responsable**)

federico.lopez@ucv.es



Organización del módulo

Empresa y marco jurídico

Materia	ECTS	Asignatura	ECTS	Curso/semestre
Empresa	18,00	Documentación y Marketing Digital	6,00	2/1
		Management Empresarial	6,00	1/1
		Marketing y Comunicación Empresarial	6,00	2/1
Derecho	6,00	Derecho Audiovisual y Propiedad Intelectual	6,00	1/2
Innovación publicitaria	6,00	Innovación Publicitaria	6,00	3/1



Resultados de aprendizaje

Al finalizar la asignatura, el estudiante deberá demostrar haber adquirido los siguientes resultados de aprendizaje:

- R1 Haber adquirido conocimientos avanzados y demostrado una comprensión de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en su campo de estudio con una profundidad que llegue hasta la vanguardia del conocimiento. [RA1]
- R2 Aplicar correctamente sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y ser capaz de elaborar y defender argumentos y resolver problemas dentro de su área de estudio. [RA2]
- R3 Ser capaz de recopilar 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. [RA3]
- R4 Ser capaz de transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado. [RA4]
- R5 Demostrar un alto grado de autonomía en el aprendizaje. [RA5]
- R6 Elaborar respuestas teórico-prácticas basadas en la búsqueda sincera de la verdad plena y la integración de todas las dimensiones del ser humano ante las grandes cuestiones de la vida. [RA6]
- R7 Aplicar los principios derivados del concepto de ecología integral en sus propuestas o acciones, sea cual sea el alcance y el área de conocimiento y los contextos en las que se planteen. [RA7]
- R8 Respetar y poner en práctica los principios éticos y las propuestas de acción derivados de los objetivos para el desarrollo sostenible transfiriéndolos a toda actividad académica y profesional. [RA8]
- R9 Utilizar las tecnologías digitales para crear, buscar, almacenar, procesar y presentar proyectos, así como para interactuar y colaborar con otros agentes en el ámbito académico y profesional. [RA9]
- R10 Colaborar con otras personas cuidando las relaciones interpersonales y la responsabilidad y profesionalidad en las tareas. [RA10]
- R11 Generar y desarrollar nuevas ideas aplicándolas a los problemas y retos que se plantean en su ámbito de estudio y en su entorno profesional mediante soluciones originales e innovadoras demostrando iniciativa, emprendimiento, flexibilidad y espíritu crítico. [RA 11]
- R12 Dirigir y coordinar equipos teniendo en cuenta las variables personales y contextuales. [RA12]



- R13 Identificar y analizar los elementos clave de una expresión artística dominando el vocabulario, códigos, movimientos y conceptos inherentes al ámbito artístico siendo capaces de transferirlos a sus propias creaciones. [RA13]
- R14 Valorar el papel del diseño y la comunicación en la formulación de mensajes y el impacto de su transmisión en diferentes ámbitos comunicativos. [RA15]
- R15 Aplicar las normas derivadas del marco legislativo en España y Europa, especialmente en lo relativo al ámbito digital y la protección de la propiedad intelectual e industrial y justificar dicha aplicación. [RA16]
- R16 Explicar las características propias del sector de la producción digital, su funcionamiento y las tendencias que marcan su evolución actual y futura. [RA17]



Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y sistema de calificaciones

Resultados de aprendizaje evaluados	Porcentaje otorgado	Instrumento de evaluación
R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8, R9, R10, R11, R12, R13, R14, R15, R16	20,00%	SE1. Pruebas objetivas
R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8, R9, R10, R11, R12, R13, R14, R15, R16	20,00%	SE2. Realización de actividades teórico-prácticas
R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8, R9, R10, R11, R12, R13, R14, R15, R16	20,00%	SE3. Asistencia y participación en clase
R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8, R9, R10, R11, R12, R13, R14, R15, R16	40,00%	SE4. Examen Final

Observaciones

Acorde al artículo 9 de la Normativa General de Evaluación y Calificación de las Enseñanzas Oficiales y Títulos Propios de la UCV, la evaluación única está vinculada a la imposibilidad de la asistencia del alumnado matriculado en una titulación de modalidad presencial. Es, por tanto, un sistema de evaluación extraordinario y excepcional al que podrán optar aquellos estudiantes que, de forma justificada y acreditada, no puedan someterse al sistema de evaluación continua, y así lo soliciten al profesor responsable de la asignatura quien decidirá expresamente sobre la admisión de la petición de evaluación única del estudiante y se le comunicará la aceptación/denegación.

*Por lo que a la asignatura se refiere, el porcentaje de asistencia mínima requerido es del 80%**, siendo pues este el límite a tener en consideración para la potencial solicitud de evaluación única.*

Si esta solicitud es aprobada, la calificación final se basará en dos componentes que deberán completarse en la convocatoria correspondiente (1ª o 2ª):

1. La **entrega de todos los trabajos** y actividades del curso.



2.La realización del **examen final**.

En esta asignatura se permite el uso de herramientas de Inteligencia Artificial generativa como apoyo para el aprendizaje. La IA debe ser utilizada como una herramienta para la ideación, la mejora de la redacción o la búsqueda de información inicial, pero **nunca como un sustituto del pensamiento crítico y el trabajo original del estudiante**. El alumno es el autor final y, por tanto, el único responsable de la veracidad, calidad y originalidad del contenido que entrega. El uso de IA para generar textos completos que se presentan como propios, o la no declaración de su uso, se considerará **plagio** y será tratado como tal según el reglamento académico.

Para cumplir con el principio de honestidad académica, **es obligatorio declarar explícitamente cualquier uso de la IA**. Al final de cada trabajo entregado, se deberá incluir un apartado titulado "Declaración de Uso de Inteligencia Artificial" donde se especifique la herramienta utilizada (ej. Gemini), la fecha de uso y una breve descripción de cómo se empleó (ej. "para generar ideas iniciales y revisar la gramática del borrador final"). Esta política busca fomentar el desarrollo de competencias digitales de forma ética y preparar a los estudiantes para el entorno profesional actual.

CRITERIOS PARA LA CONCESIÓN DE MATRÍCULA DE HONOR:

Según el artículo 14.4 de la Normativa General de Evaluación y Calificación de las Enseñanzas Oficiales y Títulos Propios de la UCV, la mención de "Matrícula de Honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en un grupo en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

Actividades formativas

Las metodologías que emplearemos para que los alumnos alcancen los resultados de aprendizaje de la asignatura serán:

M1	MD1. Clase magistral
M2	MD2. Clases Prácticas
M3	MD3. Trabajo en grupo (en aula)
M4	MD4. Tutoría
M5	MD5. Evaluación



M6 MD6. Trabajo en grupo

ACTIVIDADES FORMATIVAS DE TRABAJO PRESENCIAL

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	ECTS
AF1. Escucha activa M1, M4	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8, R9, R10, R11, R12, R13, R14, R15, R16	25,00	1,00
AF2. Actividades de aplicación M2, M3, M6	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8, R9, R10, R11, R12, R13, R14, R15, R16	17,50	0,70
AF3. Exposición de trabajos en grupo M2, M6	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8, R9, R10, R11, R12, R13, R14, R15, R16	7,50	0,30
AF4. Trabajo individualizado o en pequeño grupo con el profesor M4	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8, R9, R11, R12, R13, R14, R15, R16	5,00	0,20
AF5. Evaluación M5	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8, R9, R11, R12, R13, R14, R15, R16	5,00	0,20
TOTAL		60,00	2,40

ACTIVIDADES FORMATIVAS DE TRABAJO AUTÓNOMO

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	ECTS
AF6. Participación en equipos de trabajo M6	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8, R9, R10, R11, R12, R13, R14, R15, R16	37,50	1,50
AF7. Trabajo individual M2	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R9, R11, R12, R13, R14, R15, R16	52,50	2,10
TOTAL		90,00	3,60



Descripción de los contenidos

Descripción de contenidos necesarios para la adquisición de los resultados de aprendizaje.

Contenidos teóricos:

Bloque de contenido	Contenidos
HABILIDADES TRANSVERSALES	Este bloque inicial es fundamental para sentar las bases del desarrollo profesional del alumno. Nos centraremos en potenciar las habilidades de comunicación y autoconocimiento, herramientas clave para cualquier emprendedor o profesional. Los alumnos trabajarán en la definición de su marca personal y practicarán técnicas de presentación eficaces para comunicar sus ideas con impacto.
FUNDAMENTOS DEL MERCADO Y LA EMPRESA	En este bloque se establecen los cimientos económicos y conceptuales para entender el entorno en el que operan las empresas. Se analizarán los principios básicos de la oferta y la demanda, la función social y económica de la empresa, el perfil del emprendedor y los modelos de negocio específicos que caracterizan a las industrias creativas y digitales, como el gaming o el cine.
ESTRATEGIA Y ORGANIZACIÓN INTERNA	Una vez comprendido el entorno, nos adentraremos en el corazón de la empresa: la estrategia. Este bloque está dedicado a aprender a formular el propósito de un proyecto (misión, visión y valores) y a utilizar herramientas de análisis profesional como PESTEL, las 5 Fuerzas de Porter y el DAFO para diagnosticar la situación interna y externa, permitiendo así definir líneas estratégicas y objetivos claros
EL PLAN DE MARKETING	Con una estrategia definida, el siguiente paso es conectar con el mercado. Este bloque se centra en el plan de marketing como hoja de ruta para llegar al cliente. Se aprenderá a investigar el mercado, a definir al público objetivo mediante "Buyer Personas", a diseñar una propuesta de valor sólida y a definir las estrategias de producto, precio y distribución, integrando todos los elementos en un Lean Canvas.



VIABILIDAD Y PLAN FINANCIERO

El último bloque aborda un aspecto crítico de cualquier proyecto: su sostenibilidad económica. Se introducirán los conceptos financieros básicos para evaluar la viabilidad de una idea de negocio, incluyendo el análisis de costes fijos y variables y el cálculo del umbral de rentabilidad. A través de talleres prácticos, los alumnos aprenderán a realizar previsiones de ingresos y a elaborar una cuenta de resultados previsional.

Organización temporal del aprendizaje:

Bloque de contenido	Nº Sesiones	Horas
HABILIDADES TRANSVERSALES	4,00	8,00
FUNDAMENTOS DEL MERCADO Y LA EMPRESA	7,00	14,00
ESTRATEGIA Y ORGANIZACIÓN INTERNA	7,00	14,00
EL PLAN DE MARKETING	7,00	14,00
VIABILIDAD Y PLAN FINANCIERO	5,00	10,00



Referencias

- Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2011). Generación de Modelos de Negocio
- Ries, E. (2012). El método Lean Startup
- Kim, W. C. y Mauborgne, R. (2005). La estrategia del océano azul
- Godin, S. (2018). Esto es Marketing
- Sinek, S. (2009). La clave es el porqué.
- Carnegie, D. (1936). Cómo ganar amigos e influir sobre las personas.
- Newport, C. (2016). Céntrate (Deep Work).
- Christensen, C. M. (1997). El dilema del innovador.
- Collins, J. (2001). Empresas que sobresalen.
- Eyal, N. (2014). Enganchado (Hooked).
- Miller, D. (2017). Crea tu StoryBrand.
- Clark, T., Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2012). Tu modelo de negocio
- Kahneman, D. (2012). Pensar rápido, pensar despacio