



Empresa y emprendimiento  
en industrias culturales /  
Business and entrepreneurship  
in cultural industries

**Grado en Diseño  
digital y multimedia  
2023-24**

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Empresa y emprendimiento en industrias culturales / Business and entrepreneurship in cultural industries

**Titulación:** Grado en Diseño digital y multimedia

**Curso Académico:** 2023-24

**Carácter:** Básica

**Idioma:** Español / Inglés

**Modalidad:** Presencial

**Créditos:** 6

**Curso:** 2º

**Semestre:** 2º

**Profesores/Equipo Docente:** D. Celestino Díaz Tristán

## 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### 1.1. Competencias

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- 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.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir 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.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

- Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las Ciencias Sociales, especialmente en el ámbito del diseño visual y la creación de contenidos digitales.
- Compilar, discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.
- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de diseño visual y creación de contenidos digitales.
- Aplicar técnicas innovadoras y dinámicas de la gestión de trabajo, de proyectos y de equipo.
- Desarrollar y demostrar iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar aptitudes personales y capacidades necesarias en el sector de la creación de diseño visual y contenidos digitales y la empresa para la incorporación al mercado laboral, aumentando la madurez y adaptación para posteriores periodos de aprendizaje.
- Conocer y aplicar los conceptos básicos empresariales a la actividad desarrollada en el sector de las industrias culturales. Desarrollo de la innovación y el emprendimiento.
- Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad en cada área específica de conocimiento.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.
- Capacidad para la evaluación de riesgos, toma de decisiones y planificación de estrategias.
- Capacidad de organización y planificación eficaz del tiempo.
- Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales.
- Capacidad para utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Desarrollar habilidades de aprendizaje que permitan emprender acciones con un alto grado de autonomía.

## **1.2. Resultados de aprendizaje**

El alumno, al finalizar la materia, conocerá los principios a seguir para el desarrollo de una idea de negocio y el desarrollo de un plan de empresa.

## **2. CONTENIDOS**

### **2.1. Requisitos previos**

Ninguno.

## 2.2. Descripción de los contenidos

Análisis de la estructura empresarial. Objetivos y funcionalidad de la empresa. Aspectos estratégicos y comunicacionales. Desarrollo de proyectos profesionales, presentación y puesta en marcha.

## 2.3. Contenido detallado

### 1. Emprender

- Entender el emprendimiento.
- Tipos de emprendimiento.
- Perfil del emprendedor.

### 2. Enfoque estratégico

- Idea, idea de negocio y plan de negocio.
- Misión, visión y valores.
- Definición de posicionamiento.
- Definición del público.

### 3. Plan de negocio

- Formas jurídicas emprendimiento.
- Presupuesto, financiación y viabilidad.
- Ayudas y subvenciones culturales locales, regionales, nacionales y europeas.
- Definición de objetivos y desarrollo.

### 4. Imagen e identidad

- Naming y Branding
- Estructura y componentes de la identidad
- Desarrollo digital de la marca

## **5. Plan de marketing y comunicación**

- Definición de objetivos.
- Insights y ejecución.
- Evaluación.

## **6. Briefing de proyecto**

- Investigación.
- Propósito y tipología.
- Contrabriefing.

## **7. Presupuesto proyectos de diseño y comunicación**

- Definición de factores.
- Estrategia de precios.
- Métodos de fijación de precios.

## **8. Redes Sociales**

- Análisis
- Definición de KPIs
- Herramientas

## **9. Digitalización**

- Mentalidad empresarial
- Transformación digital.
- Tecnologías y aplicaciones No Code.

## **10. Innovación estratégica**

- Disrupción.
- Organizaciones innovadoras.
- Talento.

## **11. Creación de propuestas**

- Concepto, preparación.
- Presentación.
- Propiedad intelectual (IP)

## **12. Administración**

- Contabilidad
- Fiscalidad.

## 2.4. Actividades dirigidas

Durante las clases se realizarán ejercicios en línea relacionadas con el tema de las sesiones con el fin de poner en práctica lo aprendido. Los alumnos deberán entregar las siguientes actividades desarrolladas AD1y AD2 de manera individual:

- Actividades Dirigidas:

Las actividades dirigidas 1 y 2 se desarrollarán de manera conectada aplicando y expandiendo los conceptos aprendidos en clase sobre el proyecto de emprendimiento que haya seleccionado el alumno.

- AD1- **Creación de plan de emprendimiento personal o empresarial.**  
Ideación, definición de producto/servicio, análisis y definición de público objetivo y competencia.
- AD2- Sobre la idea de emprendimiento presentada en la AD1. **Desarrollar un plan de negocio y su comunicación.** Define el presupuesto, objetivos, mensaje, canales, acciones y KPIs.
- AD3- Se realizará una tercera actividad de **manera grupal**, en la que se pondrá en práctica el **ejercicio de la venta**, creación de contenido comunicacional, seguimiento y finalización.

## 2.5. Actividades formativas

### Modalidad Presencial

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica (30%)	45	100%
AF2	Trabajo personal del alumno (50%)	75	0%
AF3	Tutorías (10%)	15	50%
AF4	Evaluación (10%)	15	50%

## 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

### 3.2 Criterios de evaluación

#### Convocatoria Ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba parcial	10%
Prueba final	50%

#### Convocatoria Extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba final	60%

### 3.3 Restricciones

#### Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las actividades dirigidas si éstas no han sido entregadas en fecha, no han sido aprobadas o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

#### Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

#### Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

### 3.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

## 4. BIBLIOGRAFÍA

#### Bibliografía básica

- Gómez Gras , J.M. et al. (2012): *Manual de casos sobre creación de empresas en España*. McGraw-Hill. Madrid.

- Jiménez Quintero, J.A. (Coord.) (2012): *Creación de empresas. Tipología de empresas y viabilidad estratégica*. Ed. Pirámide. Madrid.
- Priede Bergamini, T. et al. (2010): *Creación y desarrollo de empresas*. Ed. Pirámide. Madrid.
- Ries E. (2013) *El Método Lean Startup: cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*. Barcelona: Deusto.
- Kotler, P. (2000): *Dirección de Marketing*. Prentice Hall.
- Álvarez, A. (2017). *La magia del planning. Como utilizar la planificación estratégica para potenciar la eficacia en la comunicación*. ESIC
- Cervera Fantoni, A.L. (2008). *Comunicación total*. ESIC.
- Polo, F. y Polo, J.L. (2012): *Socialholic*. Gestión 2000.
- Osterwalder, Alexander (2011): *Generación de modelos de negocio*. Deusto.
- Collins, Jim (2021). *Good To Great: ¿Por qué algunas compañías dan el salto a la excelencia y otras no?* REVE0|#Reverte.
- Blanchard, Spencer y Johnson, Kenneth (2021). *El ejecutivo al minuto: Nuevas técnicas de dirección*. Clave.

#### Bibliografía recomendada

- Todolí Cervera, F. (2008): *Creación de empresas paso a paso*. CISS. Madrid.
- Martínez-Cortiña R. (2019) *(Tu) Nación digital*. León: Eolas Ediciones.
- Jobber, D. y Fahy, J. (2007). *Fundamentos del marketing*. Mc Graw Hill.
- Hampf, A. & Lindberg-Repo, K. (2011). *Branding: The past, present, and future: A study of the evolution and future of branding*. Hanken School of Economics and Anders Hampf & Kirsti Lindberg-Repo. Disponible [aquí](#).
- Kapferer, J. (2012). *The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking*. Kogan Page.
- Clear, James (2020). *Hábitos atómicos*. DIANA.

#### **5. DATOS DEL PROFESOR**

Nombre y Apellidos	D. Celestino Díaz Tristán
Departamento	Arte
Titulación académica	Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga.
Correo electrónico	<a href="mailto:cdiaztr@nebrija.es">cdiaztr@nebrija.es</a>
Localización	Campus de Princesa.
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora después de clase o por e-mail



<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Técnico Superior de Imagen y Sonido, Licenciado en Comunicación Audiovisual, Máster en Diseño Gráfico, Máster de Radio en RNE (RTVE), Máster en UX, UI y Product Design, y Master of Business Administration (MBA).</p> <p>He trabajado en el área digital de diferentes medios de comunicación como director de Diseño de Producto (UX/UI) e Innovación y ocasionalmente como director, presentador, locutor, redactor y productor de programas de Radio y TV. He trabajado en InterAlmeríaTV, Cadena SER Almería, RNE, Radio5, Radio3 y Cadena COPE.</p> <p>Actualmente soy cofundador y productor ejecutivo de la productora de podcasts Universo Media (<a href="https://www.universomedia.com/">https://www.universomedia.com/</a>) y montando un estudio de diseño digital orientado al sector audiovisual y cultural.</p> <p>Además, soy profesor asociado de la Universidad Nebrija en en el Grado de Diseño Digital y Multimedia y en el Grado de Periodismo.</p>
---	---