



Empresa y
emprendimiento en
industrias culturales
**Grado en Diseño
digital y multimedia**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

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

Titulación: Grado en Diseño digital y multimedia

Carácter: Básica

Idioma: Castellano / Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 2º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: D. José Javier Salutregui Pacios

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 comprender los conceptos básicos del ámbito del diseño visual, comunicación, empresa, derecho, informática, historia, economía e idioma moderno como materias que influyen e interactúan con la creación de contenidos digitales.
- 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 en este sector.

1.2. Resultados de aprendizaje

Demostrar conocimientos sobre el escenario tecnológico, digital y propio del diseño, en relación con la empresa y la gestión económica.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Análisis de la estructura empresarial desde el punto de vista económico, social y tecnológico. Objetivos, estructura y funcionalidad de la empresa. Tipos de empresas, organizaciones y asociaciones profesionales. Innovación y proyectos de emprendimiento en el ámbito de las industrias culturales.

Discussion of the structure of a business from a financial, social and technological standpoint. Objectives, structure and functionality of a business. Types of business companies, organisations and professional associations. Innovation and entrepreneurship projects in the cultural industries.

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente.

1. ZEITGEIST: EL ESPÍRITU DEL TIEMPO

Entender el siglo XXI
Las tendencias subyacentes de nuestro siglo
La observación creativa como herramienta de identificación de tendencias
Las oportunidades del siglo

2. ENTENDER EL EMPRENDIMIENTO

¿Qué significa emprender?
Riesgo y ganancia en el emprender
Actitudes necesarias
El camino del emprendimiento, lo que nos vamos a encontrar

3. LA INNOVACIÓN Y LA DISRUPCIÓN: COMPRENSIÓN, ADAPTACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y CAMBIO para SOBREVIVIR.

La disrupción como eje de nuestro siglo
Prepararse para la disrupción
¿Qué es innovar? ¿Por qué innovar?
Los riesgos de la innovación
El valor de la innovación. Casos de éxito

4. PENSAMIENTO ÁGIL/CREATIVO Y PROPUESTA DE VALOR

La importancia de la creatividad como valor competitivo
Entrenar la creatividad
Fomentar la creatividad en la empresa
La identificación del valor
¿Qué es una propuesta de valor?
¿Cómo identificar una propuesta de valor?

5. EL TALENTO EN LA EMPRESA

¿Qué es el talento?
La colaboración
La co-creación
La fuerza del equipo

<p>El liderazgo y su representación ¿Cómo fomentar el talento? El ambiente que sustenta el talento</p> <p>6. MODELOS DE EMPRENDIMIENTO Economía formal vs informal Modelos de financiación Tipos de empresa Yacimientos en las industrias culturales</p> <p>7. INICIACIÓN EN AGILE / SCRUM <i>Framework agile</i>: historia y sentido Metodologías ágiles Perfiles agile</p> <p>8. CASOS DE ÉXITO Y FRACASO La reinención de un espectáculo en decadencia, <i>Le Cirque du Soleil</i> La fuerza del pensamiento multidisciplinar, <i>Apple</i> ¿Qué le pasó a <i>Kodak</i>? <i>Windows</i> o la deuda de los actuales interfaces con la antropología Negocios disruptivos, ¿qué son y qué suponen?</p>

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): TRABAJO TEÓRICO

Trabajo sobre el libro de obligada lectura en la asignatura: *Friedman, T. (2006). La tierra es plana: Breve historia del mundo globalizado del siglo XXI*, que consistirá en un trabajo escrito, donde se desarrollarán las ideas principales que el autor propone y una presentación visual asociada.

Actividad Dirigida 2 (AD2): DOSSIER PRÁCTICAS

Cada tema, tal como se describe en el contenido detallado de esta misma guía, tiene un trabajo práctico asociado. Se entregará un trabajo una vez terminado cada tema, y un dossier de todas las prácticas del curso, al final del mismo.

2.5. Actividades formativas

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

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.

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

- Friedman, T. (2006). *La tierra es plana: Breve historia del mundo globalizado del siglo XXI*. Barcelona: Martínez Roca
- Ries, E. (2013). *El Método Lean Startup: cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*. Barcelona: Deusto.

Bibliografía recomendada

- Aaker, D. (2001) *Construir marcas poderosas*. Madrid: Ed. Gestión.
- Molini, E. (2012) *Libro sobre participación genuina o El arte de pensar, decidir y trabajar juntos*. Disponible en <http://molini.es>

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. José Javier Salutregui Pacios
Departamento	Arte
Titulación académica	Licenciado en Bellas Artes
Correo electrónico	jsalutregui@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Licenciado en Bellas Artes por la Universidad Complutense de Madrid, estudié piano en el conservatorio superior de música de Bilbao, acabé mis estudios musicales con sobresaliente. Dirección de Marketing en la UOC y Master en tecnologías digitales de la comunicación, en la facultad de Ciencias de la Información de la UCM.</p> <p>Mi trabajo lo he desempeñado en empresas pequeñas, medianas y también en multinacionales. Trabajador por cuenta ajena y emprendedor. Fracasos y éxitos. En departamentos creativos, tecnológicos, marketing, analítica, innovación... He estado bajo el mando de excelentes profesionales y he tenido la responsabilidad de liderar personas y departamentos. Con estancias profesionales en ciudades que me llenaron de energía y motivación, Nueva York, Londres, París... en equipos multidisciplinares, multiculturales. En proyectos complejos, transformadores y dinamizadores del cambio.</p> <p>He publicado varios libros;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personalización; Más allá del CRM y el Marketing 1to1 - Redes sociales e influencia política; manual de ciberpolítica - Lecciones de música y arte para el <i>management</i> empresarial del siglo XXI <p>Y escribo en varios medios nacionales e internacionales, (algunos ejemplos)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Velázquez, una lección empresarial para el siglo XXI - Productos de la empresa en el siglo XXI: la herencia de los Stradivarius, un <i>iPhone</i> del pasado

	<p>EXPERIENCIA - CREATIVE DISRUPTIVE MANAGEMENT/INNOVACION CONSCIENTE</p> <p>Para triunfar, e incluso sobrevivir, son necesarias nuevas formas (originales y arriesgadas) de competir. En este escenario, las empresas y profesionales emprendedores que aspiren al liderazgo innovador deben comprender que la innovación no es fruto directo de la financiación, sino el resultado de la energía creadora de las personas. En otras palabras, deben aprender a agudizar su ingenio empresarial y, junto a él, el pensamiento disruptivo. Aprender desde el territorio musical, el arte. la creación y la disrupción, para entender mejor los retos que el siglo XXI y el desarrollo tecnológico, han supuesto para la empresa actual; saber sobrevivir y competir en un escenario complejo, difícil y global.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsable Big Data Mobile, Geo Behavioural & Customer Centric Solutions at SIC Cristaliza - Responsable del área de consultoría, en entornos de Big Data Mobile, tecnologías cognitivas y etnográficas, <i>Business to Human & Customer Centric Solutions</i>. Con el objetivo de realizar publicidad dirigida y soluciones centradas en cliente, en definitiva, aportar valor a través del conocimiento del comportamiento de los usuarios. - <i>Customer centricity strategy at abypersonalize</i> - Boutique <i>consulting</i> especializada en personalización y marketing relacional - Manager; publicidad dirigida, estrategia de fidelización, captación, y tácticas customer centric at singular ingeniería publicitaria - Boutique <i>consulting</i> en el ámbito de estrategias en publicidad relevante - <i>Marketing Strategy // Customer Experience Manager</i> at A.T. kearney - Management consulting firm <i>Business Strategy</i> - Brand Building // Customer Experience Manager at marchfirst - Management consulting firm <i>Digital Business Strategy</i> - Creative Director ON line at Planeta Ocio - Periodismo digital, actualidad ocio y entretenimiento con cobertura internacional EEUU, América Latina y España. Creativamente colaborando con EPS. Estudio Pep Sempere. (OFF line)
--	---