

804342 - DMN-A - Distribución y Modelos de Negocio

Unidad responsable: 804 - CITM - Centro de la Imagen y la Tecnología Multimedia
Unidad que imparte: 804 - CITM - Centro de la Imagen y la Tecnología Multimedia
Curso: 2019
Titulación: GRADO EN DISEÑO, ANIMACIÓN Y ARTE DIGITAL (Plan 2017). (Unidad docente Obligatoria)
Créditos ECTS: 6 Idiomas docencia: Inglés

Profesorado

Responsable: Rodríguez Donaire, Silvia

Competencias de la titulación a las cuales contribuye la asignatura

Específicas:

CEAAD 11. Identificar el sector profesional y los modelos de negocio de la industria audiovisual, así como las vías de financiación y las estrategias de distribución y marketing.

Transversales:

04 COE. COMUNICACIÓN EFICAZ ORAL Y ESCRITA: Comunicarse de forma oral y escrita con otras personas sobre los resultados del aprendizaje, de la elaboración del pensamiento y de la toma de decisiones; participar en debates sobre temas de la propia especialidad.

05 TEQ. TRABAJO EN EQUIPO: Ser capaz de trabajar como miembro de un equipo interdisciplinar ya sea como un miembro más, o realizando tareas de dirección con la finalidad de contribuir a desarrollar proyectos con pragmatismo y sentido de la responsabilidad, asumiendo compromisos teniendo en cuenta los recursos disponibles.

06 URI. USO SOLVENTE DE LOS RECURSOS DE INFORMACIÓN: Gestionar la adquisición, la estructuración, el análisis y la visualización de datos e información en el ámbito de la especialidad y valorar de forma crítica los resultados de esta gestión.

07 AAT. APRENDIZAJE AUTÓNOMO: Detectar deficiencias en el propio conocimiento y superarlas mediante la reflexión crítica y la elección de la mejor actuación para ampliar este conocimiento.

03 TLG. TERCERA LENGUA: Conocer una tercera lengua, que será preferentemente inglés, con un nivel adecuado de forma oral y por escrito y en consonancia con las necesidades que tendrán las tituladas y los titulados en cada enseñanza.

Objetivos de aprendizaje de la asignatura

- Mostrar comprensión de los conceptos modelo de negocio y financiación y de sus posibilidades en el sector del arte digital.
- Mostrar comprensión de la industria del arte digital y conocimiento de los diferentes agentes implicados y de la cadena de valor, así como, de la evolución y de la situación actual de la industria, tanto a nivel nacional como internacional y de su relación con la evolución de la tecnología.
- Mostrar comprensión de los conceptos básicos del marketing: clásico, online, digital y móvil, de sus similitudes, relaciones y aspectos específicos y conocimiento de la evolución del marketing online, vinculada a la evolución tecnológica en Internet.
- Mostrar conocimiento de los componentes y estructura de un plan de marketing online de un videojuego y del proceso de elaboración.
- Ser capaz de elaborar, en sus componentes principales, un plan de marketing online en relación con un videojuego.
- Mostrar comprensión de los conceptos posicionamiento y reputación online y ser capaz de plantear estrategias y

804342 - DMN-A - Distribución y Modelos de Negocio

técnicas a aplicar, para mejorar el posicionamiento y la reputación online de una empresa de contenidos digitales.

- Mostrar comprensión lectora suficiente en la lectura de documentos escritos en inglés, vinculados a la materia, tales como apuntes, artículos científicos, artículos de divulgación, páginas web, etc.

Horas totales de dedicación del estudiantado

Dedicación total: 150h	Horas grupo grande:	24h	16.00%
	Horas grupo mediano:	22h	14.67%
	Horas grupo pequeño:	0h	0.00%
	Horas actividades dirigidas:	14h	9.33%
	Horas aprendizaje autónomo:	90h	60.00%

804342 - DMN-A - Distribución y Modelos de Negocio

Contenidos

<p>BLOQUE 1: DIGITAL MARKETING MIX</p>	<p>Dedicación: 47h</p> <p>Grupo grande/Teoría: 10h Actividades dirigidas: 10h Aprendizaje autónomo: 27h</p>
<p>Descripción:</p> <p>En este bloque, exploraremos los fundamentos clave en marketing y cómo las herramientas digitales están alterando estos fundamentos. Los contenidos que se tratarán en este bloque estarán relacionados con:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estructura del plan de marketing - Marketing Mix dentro del mundo digital <p>Els topics que es tractaran en aquest bloc estaran relacionats amb:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impacte de les tecnologies digitals en el marketing de comunicació - Com les tecnologies digitals ajuden a atreure els consumidors <p>Los contenidos que se tratarán en este bloque estarán relacionados con:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impacto de las tecnologías digitales en el marketing de comunicación - Como las tecnologías digitales ayudan a atraer a los consumidores <p>Actividades vinculadas:</p> <p>Ejercicios & Casos de estudio</p>	
<p>BLOQUE 2: Digital Technologies</p>	<p>Dedicación: 33h 20m</p> <p>Grupo grande/Teoría: 8h 20m Actividades dirigidas: 5h Aprendizaje autónomo: 20h</p>
<p>Descripción:</p> <p>Por un lado, nos centraremos en las tecnologías digitales que impactan en las estrategias y prácticas de comunicación de marketing, como la publicidad gráfica, la optimización de motores de búsqueda (SEO) y el marketing de redes sociales (SMM). Además, nos centraremos en cómo las tecnologías digitales pueden involucrar a los clientes como redacción publicitaria, SEO, publicidad en línea, interacción con canales sociales y campañas de correo electrónico efectivas. Por otro lado, examinaremos cómo impacta la revolución digital en el mundo analógico. Los contenidos que se tratarán en este bloque estarán relacionados con:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impacto de las tecnologías digitales en el marketing de comunicación - Como las tecnologías digitales ayudan a atraer a los consumidores - Revolución digital en el mundo analógico <p>Actividades vinculadas:</p> <p>Exercises & Case studies</p>	

804342 - DMN-A - Distribución y Modelos de Negocio

BLOQUE 3: BUSINESS MODEL CANVAS

Dedicación: 69h 40m

Grupo grande/Teoría: 14h

Actividades dirigidas: 41h 40m

Aprendizaje autónomo: 14h

Descripción:

Este bloque está centrado en un proyecto. Utilizará la herramienta de innovación Business Model Canvas para abordar un desafío u oportunidad personal o corporativo. Aprenderá a identificar y comunicar los nueve elementos clave de un modelo de negocio: segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relaciones con los clientes, recursos clave, actividades clave, socios clave, flujos de ingresos y estructura de costos. Los contenidos que se tratarán en este bloque estarán relacionados con los 9 building blocks del CANVAS aplicado en un caso práctico:

- Segmento de cliente
- Propuesta de valor
- Canales (distribución) y Relación con el clientes
- Ingresos y recursos claves
- Actividades claves y partners claves
- Estructura de costes y presentación de tu Modelo de Negocio

Actividades vinculadas:

Completareis un proyecto mediante Business Model Canvas que describe el caso de negocio de un nuevo producto o servicio para abordar su desafío u oportunidad seleccionada. Presentará su caso tanto en un documento como en una presentación de video de 10 minutos.

804342 - DMN-A - Distribución y Modelos de Negocio

Planificación de actividades

<p>PROYECTO</p>	<p>Dedicación: 13h 20m Actividades dirigidas: 13h 20m</p>
<p>Descripción: Completareis un proyecto mediante Business Model Canvas que describe el caso de negocio de un nuevo producto o servicio para abordar su desafío u oportunidad seleccionada. Presentará su caso tanto en un documento como en una presentación de video de 10 minutos.</p>	
<p>Case Studies</p>	<p>Dedicación: 6h 40m Actividades dirigidas: 6h 40m</p>
<p>Descripción: Las actividades relacionadas con los case studies nos ayudarán a combinar información de empresas reales y conceptos teóricos aprendidos durante el curso. Nos ayudará a lograr una comprensión profunda de los aprendizajes del curso.</p> <p>Material de soporte: Videos, website i blogs</p>	
<p>Ejercicios</p>	<p>Dedicación: 3h Actividades dirigidas: 3h</p>
<p>Descripción: Algunos módulos habrá unos ejercicios o actividades práctico / Teóricas que nos ayudará a comprender mejor los conceptos trabajados durante el curso.</p>	

Bibliografía

Básica:

Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves; Clark, Tim. Business model generation : a handbook for visionaries, game changers, and challengers . Hoboken, New Jersey : John Wiley & Sons, cop. 2010. ISBN 9780470876411.

Philip Kotler & Kevin Lane Keller. Marketing Management . New Jersey: Prentice Hall, 2012. ISBN 978-0-13-210292-6.

Osterwalder, Alexander; Papadacos, Trish. Value proposition design. Hoboken : John Wiley & Sons, cop. 2014. ISBN 978-1118968055.

Damian Ryan. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. 4th. New York: KoganPage, 2017. ISBN 978-0749478438.