



Guía Docente

Curso Académico 2025/26

Datos Generales

Asignatura: CREACIÓN EMPRESARIAL.

Titulación: GRADO EN MULTIMEDIA.

Carácter: OBLIGATORIA.

Créditos ECTS: 6 ECTS.

Curso: 4º

Distribución temporal: 1ER SEMESTRE.

Idioma de impartición: CASTELLANO.

Presentación de la asignatura:

La asignatura ofrece las bases para diseñar, planificar y gestionar proyectos empresariales digitales. Se abordan modelos de negocio, análisis financiero (cash-flow, rentabilidad, riesgo) y estrategias de monetización (freemium, ads, suscripción). También se trabaja la creación de empresas, presentación de productos digitales y aspectos legales clave como licencias, propiedad intelectual y contratos. El objetivo es capacitar al alumnado para emprender en el sector multimedia con criterio estratégico, técnico y ético.

Datos Específicos

Resultados del proceso de formación y aprendizaje (RFA)¹

Conocimientos y Contenidos (CON)	RA1	Conocer las metodologías ágiles de gestión.
	RA2	Utilizar esas metodologías para la empresa Multimedia.
	RA3	Hacer uso de la propiedad intelectual de manera adecuada.
Competencias (COM)	CG4	Trabajar en equipo, participando activamente en las tareas y siendo capaz de comunicarse adecuadamente en todos los ámbitos.
	CG6	Ser hábil en la comunicación, tanto por escrito como verbalmente, en el idioma propio y en otras lenguas extranjeras.
	CG7	Saber elaborar y defender argumentos y resolver problemas dentro del área de estudio, convirtiendo un problema empírico en un objetivo de investigación y presentar conclusiones.
	CG9	Tomar decisiones en el ámbito profesional, aplicando los conocimientos y técnicas adquiridas a lo largo de la actividad

¹ La clasificación de los RFA corresponde a la definida en el RD822/2021 y se encuentran definidos en la memoria de verificación del título.



Guía Docente

Curso Académico 2025/26

		académica.
	CG10	Adoptar el método científico en el planteamiento y realización de trabajos diversos tanto a nivel académico como profesional.
Habilidades y Destrezas (H)	CE5	Conocer los conceptos de empresa y logística en materia de Multimedia, situando adecuadamente conceptos como la cadena de valor, la propiedad intelectual, la publicación de contenido, el prototipado, el "ROI", la promoción, los controles de calidad y las competencias blandas necesarias o "soft skills".
	CE6	Dar respuesta a problemáticas sociales y de comunicación humana desde la disciplina Multimedia.
	CE7	Aplicar la creatividad y la innovación partiendo de las bases que proporcionan la tecnología, la antropología, la cultura y la justificación de las ideas.
	CE9	Utilizar herramientas de índole colaborativa, así como de la aplicación de los preceptos del manifiesto ágil y de sus metodologías asociadas.
	CE16	Conocer los perfiles de usuario/a existentes según sea su nivel de competencia digital.

Contenido de la Asignatura:

1. Estrategia empresarial:
 - a. Modelos de negocio.
 - b. Elaboración de un plan de negocio.
 - c. Herramientas de estrategia empresarial.
 - d. Medidas de rendimiento.
 - e. Valor actual neto y otras medidas de inversión.
 - f. Cash-flow analysis.
 - g. Riesgo y retorno.
 - h. Análisis de proyectos.
2. Negocio Digital:
 - a. Pay to play.
 - b. Free to play / freemium model.
 - c. Ad supported.
 - d. Suscripción.
 - e. Modelos híbridos o específicos.
3. Planificación de negocio digital:



Guía Docente

Curso Académico 2025/26

- a. Constitución de empresas y comercialización de productos digitales.
 - b. Herramientas de diseño, planificación y seguimiento de proyectos.
 - c. Introducción a las bases de datos para negocios digitales.
 - d. Presentación y venta de un concepto de producto digital multimedia.
4. Monetización:
- a. Modelos de negocio y monetización.
 - b. Agentes involucrados por modelo.
 - c. Mecanismos de evaluación y control.
 - d. Esquemas tarifarios y sostenibilidad en el tiempo.
 - e. Evaluación de modelos de negocio según la posibilidad de generación de ingresos.
 - f. Rentabilidad de negocios digitales.
5. Legislación y ética:
- a. Fundamentos legales para empresas digitales.
 - b. Comercio electrónico.
 - c. Licencias y comisiones:
 - 1. Propiedad intelectual y derechos de autoría.
 - 2. Marcas registradas.
 - 3. Patentes y royalties.
 - d. Interacción social y captación de usuarios.
 - e. Contratos.
 - f. Conversión monetaria.

Metodologías Docentes y Actividades Formativas

Metodologías docentes utilizadas en esta asignatura son:

MD1	Método expositivo.
MD2	Estudios de caso.
MD3	Aprendizaje basado en problemas.
MD4	Aprendizaje basado en proyectos.
MD5	Aprendizaje cooperativo.
MD6	Tutorías.



Guía Docente

Curso Académico 2025/26

Actividades formativas utilizadas en esta asignatura son:

Actividades formativas	Horas previstas	% presencialidad
AF1: Clase teórica.	22	100
AF2: Clase prácticas.	22	100
AF3: Realización de trabajos (individuales y/o grupales).	40	20
AF3: Tutorías (individuales y/o grupales).	10	50
AF5: Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante.	50	0
AF6: Pruebas de evaluación.	6	100
Total	150	

Evaluación: Sistemas y Criterios de Evaluación

Sistemas de evaluación utilizados en esta asignatura son:

Denominación	Pond. mín.	Pond. Máx
SE1 Evaluación de la asistencia y participación del estudiante.	0	10
SE2 Evaluación de trabajos.	10	60
SE3 Pruebas de evaluación y/o exámenes.	30	100

El estudiantado posee dos modalidades de evaluación para superar la asignatura:

- Evaluación continua con 2 convocatorias/año: ordinaria y extraordinaria.
- Evaluación única con dos convocatorias/año.
- En la Universidad Euneiz la evaluación continua (media ponderada de las diferentes actividades evaluables de la asignatura definidas por el profesorado) es la evaluación primordial; pero Euneiz permite al estudiante acogerse a la evaluación única.
- No se permite el cambio de modalidad de evaluación (de continua a única) escogido por el



Guía Docente

Curso Académico 2025/26

estudiante a lo largo del curso.

- El estudiante que desee acogerse a la modalidad de evaluación única deberá solicitarlo por escrito formal que lo **justifique** dirigido al profesorado responsable de la asignatura y a la Coordinación del título en las dos primeras semanas del inicio de la misma.
- Si el estudiante no asiste un 80% a las clases presenciales no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria y pasará automáticamente a convocatoria extraordinaria.
- Las faltas de asistencia deben justificarse al profesor responsable de la asignatura con un plazo máximo de 1 semana. El justificante oficial deberá ser presentado al profesor responsable mediante un correo electrónico.
- De manera excepcional, el docente responsable de la asignatura podrá valorar con otros criterios adicionales como la participación, la actitud, el grado de desempeño y aprovechamiento del estudiante, etc. la posibilidad de permitir que el estudiante continúe en la convocatoria ordinaria, siempre que su asistencia mínima se encuentre por encima del 70%.
- El estudiante irá a la evaluación extraordinaria ÚNICAMENTE con las partes suspendidas.
- El sistema de calificación de la asignatura sigue lo establecido en el RD 1125/2003 y los resultados obtenidos se calificarán siguiendo la escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal.
 - 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. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en una materia 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».
- Será considerado no presentado (NP) el estudiantado matriculado que no realice ninguna actividad evaluativa.
- Toda actividad evaluativa escrita (trabajos, exámenes...) considerará las faltas ortográficas en la calificación final.
- El plagio está prohibido tanto en los trabajos como en los exámenes, en caso de detectarse la calificación será suspenso. Los trabajos entregados a través del campus virtual serán objeto



Guía Docente

Curso Académico 2025/26

de análisis por la herramienta Turnitin:

- Los informes con un índice de similitud entre el 20% y el 30% serán revisados por el profesor para analizar las posibles fuentes de plagio y evaluar si están justificadas.
- Cualquier trabajo con un índice de similitud superior al 30%, una vez realizado el análisis del docente, no será evaluado.

Bibliografía y otros Recursos de Aprendizaje

Bibliografía Básica

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.
- Berman, K., Knight, J., & Case, J. (2008). *Financial intelligence for entrepreneurs: What you really need to know about the numbers*. Harvard Business Review Press.

Bibliografía Complementaria

- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value proposition design: How to create products and services customers want*. Wiley.

Otros Recursos de Aprendizaje Recomendados²

- Creative COW <https://creativecow.net>
- Creative Entrepreneurs <https://creativeentrepreneurs.co.uk>
- Rhizome <https://rhizome.org>
- Entrepreneur.com <https://www.entrepreneur.com>

² Entre otros recursos de aprendizaje pueden incluirse páginas web, software, materia audiovisual, etc.