

## DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

<b>Materia:</b>	TRABAJO FINAL DE GRADO		
<b>Identificador:</b>	32123		
<b>Titulación:</b>	GRADUADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. PLAN 2014 (BOE 15/10/2014)		
<b>Módulo:</b>	TRABAJO FINAL DE GRADO		
<b>Tipo:</b>	OBLIGATORIA		
<b>Curso:</b>	4	<b>Periodo lectivo:</b>	Anual
<b>Créditos:</b>	9	<b>Horas totales:</b>	225
<b>Actividades Presenciales:</b>	88	<b>Trabajo Autónomo:</b>	137
<b>Idioma Principal:</b>	Castellano	<b>Idioma Secundario:</b>	Inglés
<b>Profesor:</b>		<b>Correo electrónico:</b>	

## PRESENTACIÓN:

Durante los tres primeros años del Grado en Comunicación Audiovisual, los estudiantes desarrollan múltiples proyectos audiovisuales informativos y de ficción. Piezas entre las que destacan reportajes, noticias, documentales, cortometrajes, programas de televisión; todas ellas conforman el portafolio audiovisual de los alumnos. Por ello, en el cuarto y último año del desarrollo académico de los estudiantes, se hace necesario que estos amplíen su formación embarcándose en un proyecto que permita estimular su emprendimiento y mejorar sus habilidades de cara a su futura inserción profesional, así como comprender mejor sus habilidades como futuros empleados de empresas o clientes de las mismas. Bajo este marco surge la asignatura Trabajo final de grado cuyo objetivo consiste en que los alumnos planteen y desarrollen un proyecto empresarial viable en el sector audiovisual.

Al finalizar la asignatura, los estudiantes han tenido que plantear un proyecto que pueda comenzar su actividad tras terminar el curso académico. Para poder abordar dicho trabajo, los alumnos deben constituirse en grupo. Será entre los diferentes miembros del mismo cómo plasmarán la evolución del proyecto a través de un Plan de Negocio que, finalmente, se presentará ante los miembros de un tribunal, los cuales valorarán la originalidad de la idea, el desarrollo de la misma, su viabilidad, etc.

Los miembros del grupo de trabajo serán los responsables de la idea, desarrollo y marca del proyecto. Todos los trabajos que se entreguen en la asignatura deberán adjuntar un documento (que facilitará la profesora), firmado por todos los miembros del grupo y que acreditará la autoría de los alumnos firmantes. Así, se protegerá el proyecto y a sus creadores. La Universidad San Jorge no será propietaria de los proyectos planteados. El interés de la Universidad San Jorge en el desarrollo de los proyectos se corresponde con un objetivo educativo y de excelencia académica en la formación del alumno.

## COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

<b>Competencias Generales de la titulación</b>	G01	Capacidad de análisis y síntesis.
	G02	Resolución de problemas.
	G03	Capacidad de organización y planificación.
	G04	Uso de las tecnologías de la Información.
	G05	Trabajo en equipo.
	G06	Habilidades interpersonales.
	G07	Capacidad de asumir y demostrar un compromiso ético a nivel individual y a nivel social.
	G08	Capacidad de trabajar en un contexto internacional.
	G09	Capacidad de aplicar conocimientos.
	G10	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).
	G11	Capacidad de investigación.
	G12	Capacidad para aplicar procesos y técnicas implicadas en la organización y gestión de recursos técnicos.
	G13	Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente, asumiendo los principios de la responsabilidad social.

<b>Competencias Específicas de la titulación</b>	G14	Capacidad para comprender los códigos y formas de expresión de los medios de comunicación de masas.
	E01	Capacidad y habilidad para planificar y gestionar los recursos humanos, presupuestarios y medios técnicos, en las diversas fases de la producción de un relato cinematográfico, videográfico y radiofónico.
	E02	Capacidad para crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales cinematográficas, videográficas ajustándose al guion, plan de trabajo o presupuesto previo.
	E03	Capacidad y habilidad para gestionar técnicas y procesos de producción, registro y difusión en la organización de la producción audiovisual.
	E04	Capacidad para aplicar técnicas y procedimientos de la composición de la imagen a los diferentes soportes audiovisuales, a partir del conocimiento de las leyes clásicas y de los movimientos estéticos y culturales de la historia de la imagen mediante las nuevas tecnologías de la información.
	E05	Capacidad para desarrollar mediciones vinculadas con la cantidad de luz y la calidad cromática durante el proceso de construcción de las imágenes, a partir del conocimiento teórico y práctico de los fundamentos científicos de la óptica.
	E06	Capacidad para desarrollar mediciones vinculadas con las cantidades y calidades del sonido durante el proceso de construcción del audio, a partir del conocimiento teórico y práctico de los fundamentos científicos de la acústica.
	E07	Capacidad para escribir con fluidez, textos, escaletas o guiones en los campos de la ficción cinematográfica, televisiva, videográfica, radiofónica o multimedia.
	E08	Capacidad para analizar relatos audiovisuales, atendiendo a los parámetros básicos del análisis de obras audiovisuales, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.
	E09	Capacidad para la identificación de los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas audiovisuales en su estructura industrial: producción, distribución y exhibición, así como interpretar datos estadísticos del mercado audiovisual. En esta competencia se incluye la gestión y organización de los equipos humanos para la producción audiovisual existente.
	E10	Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia e hipermedia en sus diversas fases, desde una perspectiva teórica y práctica.
	E11	Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación de un trabajo audiovisual desde los elementos escenográficos y la imagen de marca hasta su proyecto gráfico de comercialización.
	E12	Capacidad para buscar, seleccionar y sistematizar cualquier tipo de documento audiovisual en una base de datos, así como su utilización en diferentes soportes audiovisuales utilizando métodos digitales.
	E13	Capacidad para aplicar principios y funciones de la identidad visual para la creación de un manual de normas para la identidad visual corporativa de una empresa determinada.
	E14	Capacidad para llevar a cabo el análisis de las estructuras, contenidos y estilos de la programación televisiva y radiofónica así como las distintas variables influyentes en su configuración y procesos tanto comunicativos como espectaculares por ellos generados.
	E15	Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena a través de las fuentes lumínicas y acústicas naturales o artificiales atendiendo a las características creativas y expresivas que propone el director del proyecto audiovisual.
	E16	Capacidad para grabar señales sonoras desde cualquier fuente sonora: acústica o electrónica; digital o analógica y de mezclar estos materiales con una intencionalidad determinada teniendo en cuenta los niveles, efectos y planos de la mezcla final masterizada.
	E17	Capacidad para recrear el ambiente sonoro de una producción audiovisual o multimedia atendiendo a la intención del texto y de la narración mediante la utilización de banda sonora, efectos sonoros y soundtrack.
	E18	Conocimientos sobre teorías, métodos y problemas de la comunicación audiovisual y sus lenguajes que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.
	E19	Habilidad para el uso adecuado de herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso audiovisual para que los alumnos se expresen a través de imágenes o discursos audiovisuales con la calidad técnica imprescindible.
	E20	Habilidad para exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación. Habilidad para exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación.
E21	Capacidad para incorporarse y adaptarse a un equipo audiovisual profesional, haciendo compatibles e incluso sinérgicos sus propios intereses particulares y los del proyecto colectivo en el que se ha incorporado.	

<b>Resultados de Aprendizaje</b>	R01	Pensar, desarrollar y llevar a cabo una idea empresarial viable en el sector audiovisual.
	R02	Realizar de manera adecuada una investigación de mercado en el sector audiovisual.
	R03	Desarrollar un Plan de Negocio sobre una idea audiovisual.
	R04	Exponer de manera oral un Plan de Negocio utilizando recursos audiovisuales.
	R05	Tener una actitud activa ante los retos que plantea la situación laboral de nuestro tiempo, basada en el esfuerzo creativo y el trabajo constantes.

### REQUISITOS PREVIOS:

Se hará referencia a conceptos y conocimientos asimilados durante todo el Grado. Los alumnos habrán tenido que adoptar claramente lo visto en la materia "Empresa comunicativa" del tercer curso.

Tener ganas de aprender y de pensar. Espíritu crítico. Mucha motivación y ganas por desarrollar una idea creativa.

### PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

La materia se va a iniciar siguiendo un sistema híbrido que alternará sesiones presenciales y sesiones online síncronas. De esta forma, los estudiantes acudirán presencialmente al aula las semanas pares del calendario académico; las semanas impares se hará un seguimiento online (mediante sesiones síncronas en Teams). En la programación se ha marcado convenientemente a través de qué sistema se desarrollará cada semana y sesión.

De igual forma, esta programación queda supeditada a la evolución de la situación sanitaria durante el curso académico. Los docentes, de acuerdo a las indicaciones que se les hagan llegar a este respecto, podrán modificar en cualquier momento la programación y modalidad de las sesiones, así como la ejecución de ciertos ejercicios y/o el sistema de evaluación.

### Contenidos de la materia:

<b>1 - Emprender en Comunicación Audiovisual</b>
1.1 - ¿Qué es emprender?
1.2 - Características del emprendedor
1.3 - El emprendimiento en el audiovisual
<b>2 - El plan de negocio</b>
2.1 - ¿Qué es un plan de negocio?
2.2 - Utilidad del plan de negocio
2.3 - Cómo desarrollar un plan de negocio
2.4 - La estructura del plan de negocio
<b>3 - La idea de negocio</b>
3.1 - Qué es una buena idea de negocio
3.2 - Cómo surge la idea de negocio
3.3 - Valor en el modelo de negocio
<b>4 - Análisis de mercado</b>
4.1 - Análisis del macroentorno
4.2 - Análisis del microentorno
4.3 - Diagnóstico de la situación
<b>5 - El plan estratégico de la empresa</b>
5.1 - Misión, visión y valores
5.2 - Desarrollo de objetivos estratégicos
<b>6 - El plan de marketing</b>
6.1 - Definición del concepto
6.2 - Estrategias de marketing

<b>7 - El plan económico y financiero</b>
7.1 - Presupuesto de financiación
7.2 - Presupuesto de tesorería
7.3 - Cuenta de pérdidas y ganancias
7.4 - Punto de equilibrio
7.5 - Balance provisional
7.6 - Ratios
<b>8 - Constitución jurídica</b>
8.1 - ¿Autónomo o sociedad mercantil?
8.2 - Trámites de la constitución de la sociedad
<b>9 - Organización y recursos humanos</b>
9.1 - Los socios
9.2 - El equipo de trabajo
9.3 - Organigrama empresarial
<b>10 - Identidad e imagen corporativa</b>
10.1 - Definición de conceptos
10.2 - Elementos que configuran la imagen corporativa
10.3 - Cómo crear la identidad visual corporativa
<b>11 - Cómo hacer una buena defensa de TFG</b>

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

## METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

### Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

Para alcanzar las competencias establecidas en la asignatura, la materia contempla clases teórico-prácticas y un seguimiento del alumno en tutorías.

1. Metodologías expositivas mediante clases teórico-prácticas: en estas sesiones se introducirá la explicación detallada de los temas a tratar en la asignatura. La transmisión se efectuará a través de presentaciones en powerpoint y complementada por visionados que permitan una comprensión más específica y práctica de los conceptos tratados. Además, esto se intercalará con dinámicas en grupo para que los alumnos puedan avanzar en su proyecto con la ayuda docente. En estas sesiones se potenciará la creatividad y espíritu crítico de los estudiantes. Se contempla también la posibilidad de contar con invitados en estas sesiones (profesionales del sector) y organizar visitas a centros de emprendimiento como Zaragoza Activa y CIEM.

2. Metodologías prácticas mediante sesiones de trabajo en equipo: durante el segundo cuatrimestre las sesiones serán de seguimiento grupal. Los grupos pondrán en común con los docentes los avances en el proyecto y podrán avanzar en el mismo semanalmente. Durante el primer semestre, también serán habituales las sesiones prácticas.

3. Sesiones de tutorías: en estas sesiones, el alumno puede preguntar cualquier duda sobre la materia y las prácticas, solicitar bibliografía complementaria o plantear cualquier inquietud que necesite resolver para avanzar en la asignatura. Los profesores estarán disponibles en su despacho y en su horario de tutoría para ayudar a los alumnos, aunque, dada la situación sanitaria, se potenciarán las tutorías online.

A través de estas metodologías se pretende que el alumno adquiera autonomía en el proceso de aprendizaje, se involucre en la resolución de problemas, tome decisiones y sepa trabajar en equipo. Por eso, desde el comienzo de la asignatura se realizará un seguimiento periódico del trabajo y esfuerzo de cada grupo en el que se indicará a los estudiantes la valoración de su proyecto en cada una de sus fases.

Por otro lado, y debido a las medidas sanitarias aplicadas en las circunstancias excepcionales en que se enmarca el curso académico, las sesiones se desarrollarán siguiendo un modelo híbrido. Por ello,

se han contemplado:

- Semanas presenciales: en las semanas pares los estudiantes acudirán presencialmente al aula para desarrollar las actividades, tanto teóricas como prácticas.
- Semanas online: en las semanas impares del calendario académico, los estudiantes harán un seguimiento online de la materia. Sin embargo, se mantendrá el horario de la clase y las sesiones se harán de forma síncrona mediante Microsoft Teams.

Como se ha comentado previamente, se potenciarán las tutorías online.

#### Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
<b>Actividades Presenciales</b>	Clase magistral	36
	Casos prácticos	40
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	5
	Talleres	3
	Asistencia a charlas, conferencias etc.	1
	Actividades de evaluación	2
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	1
<b>Trabajo Autónomo</b>	Asistencia a tutorías	11
	Estudio individual	16
	Preparación de trabajos en equipo	40
	Realización de proyectos	50
	Tareas de investigación y búsqueda de información	18
	Lecturas obligatorias	2
<b>Horas totales:</b>		<b>225</b>

#### SISTEMA DE EVALUACIÓN:

##### Obtención de la nota final:

Plan de negocio (proyecto final grupal):	70	%
Prueba escrita:	15	%
Defensa del proyecto:	15	%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>%</b>

\*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

#### BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

##### Bibliografía básica:

SUÁREZ SÁNCHEZ-OCAÑA, Alejandro. Ha llegado la hora de montar tu empresa. Barcelona: DEUSTO, 2011.
ALCÁZAR, Pilar (coord). El libro de los emprendedores. Barcelona: DEUSTO, 2013.
ALEMANY, Luisa y PLANELLAS, Marcel. Emprender es posible. Barcelona: Deusto, 2011.
OSTERWALDER, Alexander y PIGNEUR, Yves. Generación de modelos de negocio. Barcelona: Deusto, 2011.
MORENO CASTRO, T. F. (2016). Emprendimiento y plan de negocio. RIL editores. <a href="https://elibro.net/es/lc/usj/titulos/67489">https:// elibro.net/ es/ lc/ usj/ titulos/ 67489</a>
VARGAS BELMONTE, A. (2015). Marketing y plan de negocio de la microempresa (UF1820). IC Editorial. <a href="https:// elibro.net/ es/ lc/ usj/ titulos/ 43784">https:// elibro.net/ es/ lc/ usj/ titulos/ 43784</a>

##### Bibliografía recomendada:

ABASCAL ROJAS, Francisco. Cómo se hace un plan estratégico: la teoría del marketing estratégico. Madrid: ESIC, 2004.
--

BARBA, Enric. Innovación. 100 consejos para inspirarla y gestionarla. Barcelona: libros de cabecera, 2011.
CAPODAGLI, Bill y JACKSON, Lynn. Innovar al estilo Pixar. Lecciones de negocios de la empresa de recreación más creativa del mundo. Madrid: McGrawHill, 2011.
CLARK, Tim. Tu modelo de negocio. 2ª ed. Barcelona: Deusto, 2012.
DEL CASTILLO, Ángel. 18 axiomas fundamentales de la investigación de mercados. La Coruña: Netbiblo, 2008.
EGLASH, Joanne. Cómo preparar un plan de negocios.com: una guía para el empresario de Internet con todo lo que necesita saber sobre planes de negocio y alternativas de financiación. Barcelona: Gestión 2000. 2001.
ELLIOT, Jay. El camino de Steve Jobs. Liderazgo para las nuevas generaciones. Madrid: Aguilar, 2011.
GARCIA-MILÀ, Pau. Está todo por hacer. Cuando el mundo se derrumbe, hazte emprendedor. 4ª ed., Barcelona: Plataforma ediciones, 2011.
GOSENDE, Javier. El libro del emprendedor. Desarrolla con éxito tu negocio en Internet. Barcelona: Anaya, 2011.
GROSS, Daniel. Historias de Forbes. 15 Relatos de empresarios que cambiaron la manera como vivimos y hacemos negocios. Barcelona: Profit, 2011.
HAMEL, Gary. Fórmulas de estrategia empresarial. Barcelona: Planeta, 2001.
HERRERA, Daniel y BROWN, Daniel. La guía del emprendedor. Combinaciones transgresoras para crear un negocio único. Barcelona: Empresa Activa, 2006.
INARAJA, Francisco Javier. Lánzate ya. Cómo hacer realidad tu idea de negocio. Barcelona: Planeta, 2010.
ISAACSON, Walter. Steve Jobs. Barcelona: Debate, 2011.
LESTER, David. Cómo empezaron, 18 buenas ideas que se convirtieron en grandes empresas. Barcelona: Profit, 2011.
MAQUEDA, Javier, OLAMENDI, Gabriel y PARRA, Francisca. Tu propia empresa: un reto personal: manual útil para emprendedores. Madrid: ESIC, 2003.
MASGRAU, Mariona, CROS, Susana y FROASTÉ, Àlex. ¡Buena idea! Recursos para estimular la creatividad. Barcelona: ESADE Alumni, 2009.
MEYER, Pedro. Emprendedores. 25 casos de éxito en el mundo empresarial. Barcelona: Alienta editorial, 2009.
MUÑIZ, Luis. Guía práctica para mejorar un Plan de Negocio. Barcelona: Profit, 2010.
PETER, Laurence J. y HULL, Raymond. El principio de Peter. Barcelona: Debolsillo, 2009.
ROBERTS, Paul. Guía de gestión de proyectos: obtener beneficios perdurables a través de cambios efectivos. Barcelona: Gestión 2000, 2008.
SACO, Raquel y MAZZA, Maga. Aprender a crear una microempresa. Barcelona: Paidós, 2004.
TRÍAS DE BES. El libro negro del emprendedor. No digas que nunca te lo advirtieron. 3ª ed. Barcelona: Empresa Activa, 2007.
VECIANA, José María. La creación de empresas: un enfoque gerencial. Barcelona: La Caixa, 2005.

### Páginas web recomendadas:

Buscador de ayudas	<a href="http://www.infoayudas.com">http://www.infoayudas.com</a>
Cámara de Comercio y de Industria de Zaragoza	<a href="http://www.camarazaragoza.com/">http://www.camarazaragoza.com/</a>
CIRCE (Ministerio de Industria Turismo y Comercio)	<a href="http://www.circe.es/Circe.Publico.Web/pub/Default.aspx">http://www.circe.es/Circe.Publico.Web/pub/Default.aspx</a>
Comisión de Mercado de las Telecomunicaciones (CMT)	<a href="http://www.cmt.es">http://www.cmt.es</a>
Confederación Nacional de Autónomos y Microempresas (CONAE)	<a href="http://www.conae.org/">http://www.conae.org/</a>
Empresa Nacional de Innovación	<a href="http://www.enisa.es">http://www.enisa.es</a>
Global Entrepreneurship Monitor (GEM)	<a href="http://www.gemconsortium.org/">http://www.gemconsortium.org/</a>
Instituto de Crédito Oficial (ICO)	<a href="http://www.ico.es">http://www.ico.es</a>
Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI)	<a href="http://www.ontsi.red.es/">http://www.ontsi.red.es/</a>
Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)	<a href="http://www.oecd.org/">http://www.oecd.org/</a>
Red Española de Business Angels Network	<a href="http://www.aeban.es">http://www.aeban.es</a>
Registro Mercantil Central	<a href="http://www.rmc.es/Home.aspx">http://www.rmc.es/Home.aspx</a>
Revista Emprendedores	<a href="http://www.emprendedores.es/">http://www.emprendedores.es/</a>
Emprender es posible	<a href="http://www.emprenderesposible.org/">http://www.emprenderesposible.org/</a>
Fórum Impulsa	<a href="http://es.forumimpulsa.org/fi15/">http://es.forumimpulsa.org/fi15/</a>
Plan de empresa	<a href="http://planempresa.ipyme.org/Paginas/Home.aspx">http://planempresa.ipyme.org/Paginas/Home.aspx</a>
TEDx Talks	<a href="https://www.youtube.com/user/TEDxTalks">https://www.youtube.com/user/TEDxTalks</a>

\* Guía Docente sujeta a modificaciones