Universidad Rey Juan Carlos

GUÍA DOCENTE

EMPRENDIMIENTO Y MODELOS DE NEGOCIO DIGITAL

GRADO EN COMUNICACIÓN DIGITAL

CURSO 2026-27

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/10/2026 05:20 | Hash: 1ce8721352e05dd7c77843541b51c066.

Fecha de publicación: 08-07-2026

I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	3 curso, 2Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación

La asignatura *Emprendimiento y modelos de negocio digital* tiene como objetivo general introducir al estudiante en la cultura emprendedora y dotarle de las herramientas necesarias para identificar oportunidades, desarrollar iniciativas innovadoras y comprender los modelos de negocio propios del ecosistema digital. A partir del análisis del entorno, el diseño de propuestas y la aplicación de metodologías ágiles, el alumnado adquirirá competencias para emprender o participar en proyectos de comunicación digital desde una perspectiva estratégica y sostenible.

Esta asignatura tiene un enfoque trasversal, y conecta con materias como *Marketing y publicidad digital*, *Gestión de redes sociales*, *Métricas y optimización de contenidos* o *Planificación estratégica de proyectos digitales.* La materia prepara al alumnado para desempeñar las funciones de los perfiles profesionales emergentes en las empresas de la economía digital, tales como gestor/a de contenidos, emprendedor/a digital, consultor/a en comunicación, responsable de estrategia digital o creador/a de productos y servicios de valor en medios y plataformas digitales.

La asignatura promueve el aprendizaje activo a través del desarrollo de proyectos, estudios de caso y simulaciones, integrando competencias creativas, tecnológicas y de gestión. De este modo, contribuye a reforzar la autonomía, la capacidad de trabajo en equipo, el pensamiento crítico y la orientación a resultados, cualidades indispensables para desenvolverse en el cambiante entorno digital.

Requisitos previos: Aunque no existen requisitos obligatorios, es aconsejable haber superado materias como *Economía de la sociedad digital*, *Marketing y publicidad digital*, *Planificación estratégica de proyectos digitales* o *Gestión de redes sociales*, que aportan una base útil sobre los fundamentos económicos, estratégicos y comunicativos del entorno digital.

Recomendaciones: Se recomienda al estudiante una actitud activa e innovadora, interés por el análisis de tendencias digitales, familiaridad con entornos digitales y predisposición para el trabajo colaborativo. El uso de herramientas como el *Business Model Canvas*, el *Lean Startup* o plataformas de análisis de mercado facilitará el desarrollo y validación de propuestas emprendedoras sólidas.

II.B-Presentación en inglés

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/10/2026 05:20 | Hash: 1ce8721352e05dd7c77843541b51c066.

The general objective of the course Entrepreneurship and Digital Business Models is to introduce students to entrepreneurial culture and equip them with the tools necessary to identify opportunities, develop innovative initiatives and understand the business models specific to the digital ecosystem. Through environmental analysis, proposal design and the application of agile methodologies, students will acquire the skills to undertake or participate in digital communication projects from a strategic and sustainable perspective. This course has a cross-disciplinary approach and connects with subjects such as Digital Marketing and Advertising, Social Media Management, Metrics and Content Optimisation and Strategic Planning for Digital Projects. The subject prepares students to perform the functions of emerging professional profiles in companies in the digital economy, such as content manager, digital entrepreneur, communication consultant, digital strategy manager or creator of valuable products and services in digital media and platforms. The subject promotes active learning through the development of projects, case studies and simulations, integrating creative, technological and management skills. In this way, it helps to strengthen autonomy, teamwork, critical thinking and results orientation, qualities that are essential for functioning in the changing digital environment. Prerequisites: Although there are no mandatory requirements, it is advisable to have passed subjects such as Economics of the Digital Society, Digital Marketing and Advertising, Strategic Planning for Digital Projects or Social Media Management, which provide a useful foundation in the economic, strategic and communication fundamentals of the digital environment. Recommendations: active, innovative mindset; interest in digital trends; teamwork and tool use advised. Using tools like the Business Model Canvas or Lean Startup helps validate entrepreneurial proposals.

III.-Resultados de Aprendizaje

COM3. Capacidad para concebir, desarrollar, presentar y defender con eficacia proyectos que pudieran ser viables en el ámbito profesional de la comunicación digital.
COM4. Capacidad para definir y desarrollar temas de investigación o de creación personal innovadores, y para exponer de forma adecuada los resultados obtenidos.
COM6. Capacidad para el trabajo colaborativo, formando parte de equipos humanos multidisciplinares y multilingües en el ámbito profesional de la comunicación digital
COM7. Capacidad para resolver problemas con iniciativa y creatividad.
COM8. Capacidad para tomar decisiones de forma autónoma y proactiva.
CON16. Identifica los modelos de negocio para emprender en el entorno digital.
CON18. Identifica el contexto socio-profesional y de la producción, organización y publicación en los diferentes ámbitos y modalidades de internet.
HAB22. Elabora informes sobre nichos de negocio digitales para estar en disposición de ofrecer contenidos y nuevas audiencias sociales y desarrollar acciones estratégicas ad hoc.
HAB26. Ajusta las propuestas de productos y servicios digitales a la normativa legal y a la autorregulación profesional.

- Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.
- Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/10/2026 05:20 | Hash: 1ce8721352e05dd7c77843541b51c066.

IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

Tema 1. Emprendimiento y modelos de negocio en el ecosistema digital
- Características del entorno digital de la comunicación
- Tipologías de emprendimiento digital
- Visión holística del negocio: misión, valores y sostenibilidad

Tema 2. Elementos clave del modelo de negocio en medios y plataformas digitales
- Propuesta de valor, relaciones de cooperación, canales de distribución
- Segmentación y definición del público objetivo en entornos digitales
- Recursos clave y estructura básica del modelo de negocio

Tema 3. Fuentes de financiación e ingresos en comunicación digital
- Ingresos directos: suscripción, membresía, micropagos, micromecenazgo
- Ingresos indirectos: publicidad programática, afiliación, eventos, e-commerce
- Combinación y pluralidad de fuentes de monetización

Tema 4. Comunidades, datos y gestión de audiencias
- La comunidad como motor de datos, tráfico, reputación y valor
- Extracción e interpretación de preferencias, hábitos y comportamientos del usuario
- Transformación de datos en información útil para segmentación, personalización y toma de decisiones

Tema 5. De los datos a la estrategia: construir el negocio desde la información de usuarios
- Análisis de datos como herramienta para redefinir la propuesta de valor
- Integración de datos en la toma de decisiones

Tema 6. Análisis de mercado
- Herramientas para el análisis del mercado
- Estudio de competencia, benchmarking y tendencias

Tema 7. Diseño del plan de negocio para un proyecto de comunicación digital
- Diseño de propuesta de valor, estructura de ingresos y definición de audiencias
- Planificación de recursos humanos, técnicos y materiales
- Aspectos jurídico-mercantiles básicos (formas jurídicas, trámites, propiedad intelectual)
- Estructura de costes y análisis de rentabilidad básica
- Presentación del modelo de negocio

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Asistencia a clases teóricas	45 horas
Resolución de ejercicios, problemas, casos	13 horas
Trabajos colectivos	20 horas
Trabajos individuales	15 horas
Tutorías académicas	6 horas
Realización de Pruebas	2 horas
Otras actividades	49 horas

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/10/2026 05:20 | Hash: 1ce8721352e05dd7c77843541b51c066.

V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)	
Clases teóricas	45
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	13
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	2
Tutorías académicas	30
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	18
Preparación de clases teóricas	49
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	20
Preparación de pruebas	3
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Trabajos individuales	Semana 1 a Semana 15	Docencia orientada al aprendizaje teórico, aplicado y/o práctico mediante trabajos académicos
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	Atención personalizada para orientar al alumnado en el desarrollo del proyecto de emprendimiento, resolución de dudas y evaluación formativa.
Trabajos colectivos	Semana 1 a Semana 15	Docencia orientada al aprendizaje teórico, aplicado y/o práctico mediante trabajos académicos
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Exposición de contenidos teóricos
Resolución de ejercicios, problemas, casos	Semana 1 a Semana 15	Docencia orientada al aprendizaje basado en la aplicación de contenidos teóricos

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/10/2026 05:20 | Hash: 1ce8721352e05dd7c77843541b51c066.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/10/2026 05:20 | Hash: 1ce8721352e05dd7c77843541b51c066.

VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.
Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.
La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).
El alumnado que no consiga superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.
El uso de herramientas basadas en inteligencia artificial está prohibido en cualquier ejercicio y prueba de evaluación de la asignatura salvo que el profesor lo indique de forma explícita en el enunciado o en el material de esta. En caso de que esté permitido, se darán indicaciones precisas de qué usos están permitidos y cuáles no.
La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las actividades de evaluación y su ponderación

Sistema de evaluación	Actividad	Carácter	Tipo	Nota mínima	Ponderación	Periodo	Contenido
SE1	Prueba escrita o tipo test para evaluar los conocimientos teóricos y/o aplicados	Individual	Revaluable	5	60%	Convocatoria oficial	Temas teóricos del 1 al 7
SE5	Evaluación de trabajos individuales o grupales (proyectos, investigaciones, estudios, productos o servicios mediante memorias, planes estratégicos, blogs, wikis, páginas web, etc.)	Individual/Grupal	Revaluable	5	40% (20 entregables clase + 20 trabajo final)	Semanas de la 1 a la 15	•Entregables de evaluación continua en clase •Entrega y defensa del emprendimiento de comunicación digital

VII.B.- Evaluación del alumnado con dispensa académica de asistencia a clase

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el alumnado deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El alumnado deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.
Asignatura con posibilidad de dispensa: Sí

VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.
Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden mejorar la experiencia de aprendizaje, pero debe utilizarse de forma ética, legal, honesta y transparente. Por este motivo, deben seguirse las recomendaciones de uso adecuado indicadas por los docentes de la asignatura.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/10/2026 05:20 | Hash: 1ce8721352e05dd7c77843541b51c066.

VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

Barba, R. (2020). *Startup. Guía para emprender con éxito en la era digital*. Deusto.
Cabrera, F. (Coord.) (2017). *Emprendimiento digital: de la idea al negocio*. Editorial UOC.
Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves (2011). *Generación de modelos de negocio. Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores.* Barcelona: Deusto.
Reuters Institute (2024) Digital News Report. https://www.digitalnewsreport.org/
Rogers, D. (2021). *Guía estratégica para la transformación digital: Reinventa tu negocio para la era digital*. Empresa Activa.

Bibliografía complementaria

Alcolea-Díaz, Gema; Pérez-Serrano, María-José; Sorrentino, Carlo (2021). Engagement, comunidad y crowdfunding: productos periodísticos bajo demanda en el entorno de la Covid-19. *OBS*Observatorio Journal, Vol. 15 N. 4* https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1807
Alcolea-Díaz, Gema; Santín, Marina (2019). Modelos de negocio en el nuevo entorno mediático: LovesTV como coopetición en la televisión híbrida y hacia el servicio OTT. En Alcolea-Díaz, Gema; Pérez-Serrano, María-José, Rodríguez-Pallares, Miriam (coord.) *Proyectos y negocios en el entorno mediático digital*. Sevilla: Egregius, pp. 87-102.
Alcolea-Díaz, Gema; Pérez-Serrano, María-José (2016). La Marea como modelo de negocio: nuevas formas de organización, financiación e innovación en el producto. En García-Santamaría, José-Vicente; Pérez-Bahón, Félix (eds.). *Los medios digitales españoles: procesos de cambio e innovación*. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social, pp. 55 - 80.
García García, F.; Matellanes, A.; Olivares, M. (2021). *Emprendimiento e innovación digital*. Pirámide.
Gobierno de España. (2024). *Plan de Ayudas para la Digitalización de los Medios de Comunicación*.
Muñoz Pérez, A. F. (2019). *Financiación digital y su incidencia en el gobierno corporativo*. Aranzadi
Perlado Lamo de Espinosa, M.; Papí Gálvez, N.; Bergaz Portolés, M. (Coords.) (2023). *Audiencias y medios digitales: más allá del dato*. Tirant lo Blanch.

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos	MARTA CRISTINA SÁNCHEZ ESPARZA
Correo electrónico	marta.sanchez@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	Si
Horario de tutorías	Para consultar las tutorias póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	2
Nº de Sexenios	1
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docentia	0

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/10/2026 05:20 | Hash: 1ce8721352e05dd7c77843541b51c066.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/10/2026 05:20 | Hash: 1ce8721352e05dd7c77843541b51c066.