Universidad de Navarra

Emprendimiento en comunicación

Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

- **Breve descripción:** Emprendimiento en Comunicación es una asgintaura principalmente práctica, en la que se aportan ideas y técnicas para identificar necesidades insatisfechas en el público, descubrir oportunidades de negocio, conocer el mercado, analizar la competencia y elaborar un plan de negocio. Se elaborará un plan de negocio de los Proyectos Fin de Grado o de otras propuestas. Se trata de proporcionar conocimientos que permitan lanzar al mercado un nuevo negocio viable relacionado con el ámbito de la comunicación. Las competencias y habilidades que el alumno debe desarrollar: a) capacidad analítica para comprender todos los factores que inciden en el lanzamiento de un negocio; b) desarrollar ideas creativas para resolver problemas prácticos; c) adquirir capacidad argumentativa para convencer a un inversor.
- **Titulación**: Periodismo, Marketing y Comunicación Audiovisual
- **Módulo/Materia**:
- Grado en Marketing. Nivel 1. Módulo VII. Formación complementaria. Nivel 2: Materia: Optatividad
- Grado en Comunicación Audiovisual. Módulo 6. Materia 1. Formación Complementaria.
- Grado en Periodismo. Módulo 5. Materias 1. Formación Complementaria.
- **ECTS**: 3
- **Curso, semestre**: 3-4º, segundo semestre
- **Carácter**: optativa
- **Profesorado**: Mercedes Medina
- **Idioma**: español
- **Aula, Horario**: sala 1140 de la 2ª planta de FCom, Jueves 12:00-13:45

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

Grado en Marketing

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB1 - 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

CB2 - 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

COMPETENCIAS GENERALES

CG3 - Conocer las herramientas y técnicas propias de los procesos de innovación y emprendimiento que se producen en torno a la gestión del marketing

CG4 - Aplicar las herramientas del marketing a partir de un análisis y una comprensión profunda del funcionamiento de los mercados y del comportamiento de los consumidores.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (OPTATIVIDAD GENERAL)

CEO9 Adquirir habilidades para desarrollar campañas de comunicación y de marketing basadas en storytelling.

Grado en Periodismo

1.CONOCIMIENTOS

RA1 - 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

RA3 - Conocer y valorar el hecho comunicativo en sus múltiples dimensiones; histórica, económica y empresarial, legal, deontológica y tecnológica.

RA6 - Poseer habilidades para estar en condiciones de poder desarrollar proyectos emoresariales de emprendimiento.

2.HABILIDADES

RA11 - 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.

RA14 - Aplicar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo encaminadas a la toma de decisiones responsable y a la reoslución de conflictos.

Grado en Comunicación audiovisual

1.CONOCIMIENTOS

RA1 - 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.

RA2 - Conocer y valorar el hecho comunicativo en sus múltiples dimensiones; histórica, económica y empresarial, legal, deonológica y tecnológica.

2.HABILIDADES

RA10 - 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.

RA13 - Aplicar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo encaminadas a la toma de decisiones responsable y a la reoslución de conflictos.

3.CAPACIDADES

RAO15 - Poseer habilidades para estar en condiciones de poder desarrollar proyectos empresariales de emprendimiento.

PROGRAMA

1. Emprender

Vídeo: ¿te atreves a soñar?

1.1. ¿Qué significa emprender? ***Vídeo sobre superación personal*** ***(Luzu)***

1.2. Detectar necesidades. Fuentes de inspiración ¿Haces lo que amas? (generaciones)

1.3. Tendencias 100 years of fantastic technology predictions

2. Plan de negocio

Modelo CANVAS (cfr. OSTERWALDER, Alexander y PIGNEUR, Yves (2012) *Generación de modelos de negocio*, Barcelona: Deusto Localízalo en la Biblioteca)

Video: El valor del proceso

3. Propuesta de valor

3.1. Identificación de necesidades o problemas sin resolver

3.2. Conceptualización de la propuesta de valor

3.3. Análisis de la competencia

Video ¿Por qué está dispuesto a pagar el cliente?

4. Orientación a clientes

4.1. Identificación del público objetivo

4.2. Lean Canvas

4.3. Mapa empático

5. Actividades clave

5.3.1. Producción

5.3.2. Promoción

5.3.3. Distribución

5.3.4. Comercialización

6. Estructura de costes

En este blog encontrarás una hoja de excel para hacer el presupuesto

Impuestos en España

Impuestos.docx**7. Fuentes de ingresos**

8. Financiación

8.1. Estructura mercantil

Ventajas de ser autónomo.docx**9. El pitch**

9.1. Comunicación eficaz

9.2. Coherencia y justificación argumentada

9.3. La escucha

Elevator pitch

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases presenciales

Trabajos dirigidos

Tutorías

Estudio personal

Pruebas de evaluación y exámenes

TOTAL: 75 horas

1. La exposición de la propuesta de negocio y crítica a la IA como herramienta para emprender

1) Fecha del pitch del plan de negocio: 16 y 23 de abril de 2026. Duración máxima de la presentación: 5 minutos

Criterios de evaluación:

- 1. Claridad y concisión en la propuesta de valor: concepto de negocio donde se definan todos los elementos diferenciales en dos líneas.
- 2. Tino en anticipar necesidades. Justificación convincente. Orientación a clientes: identificación del público objetivo.
- 3. Realismo en el plan de negocio: sobre todo en detectar una fuente de ingresos segura y previsión de crecimiento. Plan de financiación realista.
- 4. Justificación de todas las decisiones y actitud abierta a sugerencias.

Se evaluará de acuerdo a las siguientes preguntas:

- ¿Ha definido en una **frase clara, concisa y convincente** su negocio?
- ¿Ha mostrado su **valor diferencial** con respecto a sus competidores?
- ¿Ha identificado a sus **clientes**? ¿cuántos son?
- ¿Ha explicado **cómo y cuándo se originan los ingresos**?
- ¿Ha calculado de **modo realista y conciso los gastos**?
- ¿Cuánto **dinero** necesita para lanzar el negocio?
- ¿Qué garantías ofrece de **viabilidad**? ¿cuáles son sus objetivos comerciales? ¿señala posibilidad de escalar el negocio?
- ¿Ha **justificado** la **sociedad mercantil** elegida?

2) **Fecha de entrega de la crítica a la IA como herramienta para emprender:** 16 y 23 de abril de 2026.

Extensión máxima: 5 folios Din-a 4. Se entregará en mano a la profesora el día de la presentación. Incluirá:

- La IA utilizada y la relación de prompts utilizada por el alumnos
- Análisis crítico de las respuestas obtenidas de la IA: debe incluir una reflexión donde se identifiquen errores, lugares comunes en cada uno de los bloques del CANVAS
- Reflexión sobre límites de la IA
- Propuesta de mejoras fundamentadas

Se evaluará la capacidad crítica y reflexiva del alumno, su preparación y trabajo para emprender con ideas propias y originales, la investigación previa que permite cuestionar las respuestas de la IA.

Los trabajos académicos que empleen libros, artículos, películas, sitios web o cualquier otro tipo de contenido como recurso documental, deberán detallar las fuentes consultadas. Para eso, cuando corresponda, se recomienda emplear el estilo de citación de la American Psychological Association (APA) <https://owl.english.purdue.edu/owl/resource/560/01/>.

2. La participación en clase y realización de las actividades enregables: donde se manifieste la lectura de los textos o el trabajo continuo del alumno/a desde el primer día.

La asignatura está basada en parte en el libro: OSTERWALDER, Alexander y PIGNEUR, Yves (2011) *Generación de modelos de negocio*, Barcelona: Deusto. Localízalo en la Biblioteca

3. La exposición del libro. A lo largo del curso, los alumnos deben elegir un libro y exponer en clase qué podemos aprender de emprendedores con talento o de negocios innovadores. Se valora la capacidad de síntesis, la crítica, la originalidad y el orden en las ideas expuestas. Duración: 4 minutos máximo (5 diapositivas o un folio Din-a 4). Si no diera tiempo a exponerlo en clase, habrá que entregar un vídeo.

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La nota final resultará de la ponderación de las actividades del curso:

Participación y asistencia: 20%

- presentación del libro (20%)

Valoraciónde trabajos: 30%%

-participación en las actividades a lo largo del curso (30%)

Valoración de exámenes: 50%

- pitch de la propuesta de negocio (30%) y análisis crítico de la IA como herramienta para emprender (20%)

TOTAL: 100%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Para la calificación de la convocatoria extraordinaria sólo se contabilizarán las respuestas del examen.

La Facultad de Comunicación promueve el uso ético de las fuentes documentales y los recursos informativos.

Por este motivo, en esta asignatura no se admite el plagio. Será sancionada toda copia en trabajos, ejercicios o exámenes. Se considera plagio la presentación de un trabajo que, en su totalidad o en parte, reproduce sin la debida atribución contenidos textuales, gráficos y/o audiovisuales ajenos.

Asimismo, no se admite el fraude. Será sancionado cualquier engaño, simulación o falsificación empleado para mejorar, por vías ilegítimas, los resultados académicos.

Los trabajos y exámenes deberán observar la debida corrección ortográfica y gramatical. Este factor incidirá en la evaluación.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Dra Mercedes Medina (mmedina@unav.es)

- Edificio Sánchez Bella. Departamento de Marketing y Empresas de Comunicación. Planta baja. Despacho 770
- Horario de tutoria: enviad un email a la profesora para acordar cita previa

BIBLIOGRAFÍA

Sobre Emprendimiento

ALEMANY, Luisa y PLANELLAS, Marcel (2011) *Emprender es posible*, Barcelona: Deusto. Localízalo en la Biblioteca

ÁLVAREZ DE MON, Santiago (2012) *Aprendiendo a perder,* Plataforma editorial. Localízalo en la Biblioteca

ARNAL, José Carlos (coord.) (2003) *Creación de empresas: los mejores textos*. Barcelona: Ariel. Localízalo en la Biblioteca

BARBA, Enric (2011) *Innovación. 100 consejos para inspirarla y gestionarla*, Barcelona: libros de cabecera.Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

BOYD, Drew y GOLDENBERG, Jacob (2014) *Dentro de la caja. El proceso creativo que funciona en todos los casos*. Empresa Activa.Localízalo en la Biblioteca

BOYLE, Raymond y KELLY, Lisa W. (2012) *The Television entrepreneurs. Social change and Public understanding of business*. Ashgate.Localízalo en la Biblioteca

CAPODAGLI, Bill y JACKSON, Lynn (2011) *Innovar al estilo Pixar. Lecciones de negocios de la empresa de recreación más creativa del mundo*, Madrid: McGrawHill.

CLARK, Tim (2012) *Tu modelo de negocio*, 2ª ed. Barcelona: Deusto Localízalo en la Biblioteca

COLLINS, Jim (2001) *Good to Great*, New York: HarperBusiness. Localízalo en la Biblioteca electrónico

DEL CASTILLO, Ángel (2008) *18 axiomas fundamentales de la investigación de mercados*, La Coruña: Netbiblo. Localízalo en la Biblioteca

DOMINGO, Carlos (2013) *El viaje de la innovación*. Deusto. Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

DOMÍNGUEZ, Eva (2012) *Microperiodismos. Aventuras digitales en tiempos de crisis*. UOC. Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

DRUCKER, Peter F. (1986) *La innovación y el empresario innovador: la práctica y los principios*, Barcelona: EDHASA. Localízalo en la Biblioteca

DUCKWORTH, Angela (2016) El poder de la pasión y la perseverancia Localízalo en la Biblioteca

FERNÁNDEZ IRIGOYEN, Luis Ignacio (2011) *Cómo cortejar a tu banco para que te diga "sí quiero"*, Zaragoza: Actualidad Media.Localízalo en la Biblioteca

GADNER, Howard y DAVIS, Kati (2014) *La generación app: cómo los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad y su imaginación en el mundo digital.* Barcelona: Paidós.Localízalo en la Biblioteca

GARCIA-MILÀ, Pau (2011) *Está todo por hacer. Cuando el mundo se derrumbe, hazte emprendedor*, 4ª ed., Barcelona: Plataforma ediciones.Localízalo en la Biblioteca

GOLEMAN, Daniel (2013). *Focus: desarrollar la atención para alcanzar la excelencia.* Barcelona: Kairos. Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

GOSENDE, Javier (2011) *El libro del iemprendedor. Desarrolla con éxito tu negocio en Internet*, Barcelona: Anaya.Localízalo en la Biblioteca

HAN, Byung-chul (2021) *No-cosas*. Taurus. Localízalo en la Biblioteca

HAMEL, Gary (2001) *Fórmulas de estrategia empresarial*, Barcelona: Planeta. Localízalo en la Biblioteca

HARTLIEB, Petra (2015) *Mi maravillosa librería.* Periférica. Localízalo en la Biblioteca

HERRERA, Daniel y BROWN, Daniel (2006) *La guía del emprendedor. Combinaciones transgresoras para crear un negocio único*, Barcelona: Empresa Activa.Localízalo en la Biblioteca

INARAJA, Francisco Javier (2010) *Lánzate ya. Cómo hacer realidad tu idea de negocio*, Barcelona: Planeta. Localízalo en la Biblioteca

KAGASAKY, Guy (2016) *El arte de empezar 2.0.* Ilustrae. Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

KELLEY, Tom (2010) *Las diez caras de la innovación,* Paidós. Localízalo en la Biblioteca

KOTLER, Philip y TRÍAS DE BES, Fernando (2011) *Innovar para ganar. El modelo ABCDEF*, Empresa activa Localízalo en la Biblioteca

LESTER, David (2011) *Cómo empezaron, 18 buenas ideas que se convirtieron en grandes empresas*, Barcelona: Profit.Localízalo en la Biblioteca

LIZARRALDE, E. (2014) *Economía de la participación*. Madrid: San Antonio. http://a.eoi.es/economiaparticipacion

MAQUEDA, Javier, OLAMENDI, Gabriel y PARRA, Francisca (2003) *Tu propia empresa: un reto personal: manual útil para emprendedores*, Madrid: ESIC.Localízalo en la Biblioteca

MASGRAU, Mariona, CROS, Susana y FROASTÉ, Álex (2009) *¡Buena idea! Recursos para estimular la creatividad*, Barcelona: ESADE Alumni.Localízalo en la Biblioteca

MEYER, Pedro (2009) *Emprendedores. 25 casos de éxito en el mundo empresarial*, Barcelona: Alienta editorial. Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

MICHALKO, Micahel (2001) *Thinkeroty: cómo desarrollar la creatividad en la empresa*. Gestión 2000. Localízalo en la Biblioteca

MIRANDA, Adrián; ALONSO, Manuel (2016) *La empresa colaborativa: la nueva revolución económica*. Pearson. Localízalo en la Biblioteca

PANIAGUA, Esther (2021) Error 404: ¿Preparados para un mundo sin internet? Debate. Localízalo en la Biblioteca

PEGO, Gustavo; LUQUIN, David (2018) *Creación de empresas de moda*. ISEM-EUNSA. Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

PETERS, Thomas J (1992) *En busca de la excelencia: lecciones de las empresas mejor gestionadas de Estados Unidos*, Barcelona: Folio. Localízalo en la Biblioteca

PICARD, Robert (2012) *La creación de valor y el futuro de las empresas informativas*, MediaXXI. Localízalo en la Biblioteca

SETCH, Godin (2012) *¿Eres imprescindible?,* Planeta. Localízalo en la Biblioteca

SUÁREZ SÁNCHEZ OCAÑA, Alejandro (2011) *Ha llegado la hora de montar tu empresa*, Barcelona: Deusto Localízalo en la Biblioteca electrónico

TZU, Sun (2001) *El arte de la guerra*, Madrid: Fundamentos Localízalo en la Bibliotea electrónico

VECIANA, José María (2005) *La creación de empresas: un enfoque gerencial*, Barcelona: La Caixa. Localízalo en la Biblioteca

WOODARD, Cheryl (2000) *Who funds magazine startups?* http://www.publishingbiz.com/html /particle9.html.

Historias de emprendedores o empresas de éxito

Disney

MASTERS, Kim, *The keys to the kingdom: the rise of Michael Eisner and the fall of everybody else*, New York: Harper Business, 2001, Localízalo en la Biblioteca

FLOWER, Joe, Pr*ince of the magic kingdom: Michael Eisner and the re-making of Disney, New York*, N.Y.: J. Wiley, 1991, Localízalo en la Biblioteca

IGER, Robert, *Lecciones de liderazgo positivo. Mi gran aventura al frente de la empresa que ha convertido la magia en realidad*, 2020. Localízalo en la Biblioteca

GROVER, Ron, *The Disney Touch*, Mc Graw-Hill, 1997.Localízalo en la Biblioteca

SLYWOTSKY, Adrian, J.; MORRISON, David, *The Profit Zone: How strategic business design will lead you to tomorrow´s profits*, Randsom House, Nueva York, 1997, pp. 193-216 Localízalo en la Biblioteca

WETLAUFER, Suzy, "Common sense and conflict. An Interview with Disney´s Michael Eisner", *Harvard Business Review*, I-II/2000, pp. 115-124.Localízalo en la Biblioteca

Pixar

CATMULL, Ed (2014) *Creatividad, S.A. Cómo llevar la inspiración al infinito y más allá.* Conecta. Localízalo en la Biblioteca

KNOPF, Alfred A., *The Pixar touch: the making of a company, Price, David Andrew*, New York , 2008, Localízalo en la Biblioteca

PAIK, Karen, *To infinity and beyondj: the story of Pixar Animation Studios*, San Francisco: Chronicle Books, 2007, Localízalo en la Biblioteca

Apple

ELLIOT, Jay (2011) *El camino de Steve Jobs. Liderazgo para las nuevas generaciones*, Madrid: Aguilar.Localízalo en la Biblioteca

ISAACSON, Walter, *Steve Job: la biografía,* Madrid: Debate, 2011 Localízalo en la Biblioteca

Conde Nast

SEEBOHM, Caroline, *The man who was Vogue: the life and times of Condé Nast, New York: The Viking Press, 1982,Localízalo en la Biblioteca*

The Washington Post

GRAHAM, Katharine. *Una historia personal: mujer, periodista, empresaria, editora de "The Washington Post"*, versión española de José Manuel Calvo Roy y María Luisa Rodríguez Tapia, Madrid: Alianza, 1998. Localízalo en la Biblioteca

Google

Universidad de Navarra

SUÁREZ SÁNCHEZ OCAÑA, Alejandro (2012) *Desnudando a Google*, Barcelona: Deusto.
Localízalo en la Biblioteca

HERRAMIENTAS DE IA PARA EMPRENDER

GPT análisis de idea de negocio:

https://chatgpt.com/g/g-688762f88c548191b50266fa8374c5c6-gpt-para-analizar-idea-de-negocio

GPT de plan de emprendimiento:

https://chatgpt.com/g/g-6887620696888191b4d0c7319f7c2c25-gpt-creador-de-plan-de-entrenamiento

Gpt de propuesta de valor:

https://chatgpt.com/g/g-6887635a8dc8819184a186ef1c54aca6-gpt-propuesta-de-valor