

Asignatura

Nombre Asignatura	Innovación y Diseño de Producto Digital
Código	100322041
Créditos ECTS	3.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2022)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	4

Datos Generales

➤ PROFESORADO

Eugenio Domenech Basarrate

Profesor Doctor eugenio.domenech@villanueva.edu

Doctor cum laude por la Universidad Complutense de Madrid y Máster en MEGEC (Máster en Estrategia y Gestión de Empresas de Comunicación) por la Universidad de Navarra e IESE, en Madrid y Nueva York. Licenciado en Comunicación Audiovisual por el Centro Universitario Villanueva.

En la actualidad, Socio Director en Blue Drive Agency, donde opera como profesional independiente, ofreciendo consultoría en marketing digital y estrategias de comunicación. Anteriormente, desempeñó el rol de Digital Marketing Manager en MG Motor Deutschland y KTM en Alemania, donde contribuyó al desarrollo de campañas de marketing efectivas.

Eugenio combina su carrera profesional con la docencia como Profesor Doctor, compartiendo su experiencia en el ámbito del marketing y la comunicación. Así como beneficiándose de la investigación para su aplicación práctica en su cartera de clientes. Pionero en la definición de AISO: Artificial Intelligence Search Optimization. Investiga la comprensión sobre la cognición de la IA para ser aplicada al marketing de recomendación.

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos.

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

Objetivos Teóricos Innovación y Diseño de Producto Digital

1. Comprender la evolución de las narrativas digitales

- Analizar la transición de los formatos tradicionales a los digitales, inmersivos e interactivos.
- Estudiar cómo el *storytelling* se adapta a la era digital y a las audiencias conectadas.

2. Conocer los fundamentos del storytelling aplicado a entornos digitales

- Explorar principios narrativos para experiencias digitales.

- Comprender la importancia de la narrativa transmedia en productos multicanal y multiplataforma.

3. Explorar tecnologías emergentes en la creación de experiencias

- Estudiar conceptos y aplicaciones de **realidad virtual (VR)**, **realidad aumentada (AR)** y **realidad mixta (MR)**.
- Analizar su impacto en la comunicación, el marketing y la creación de contenido.

4. Entender la integración multicanal y multiplataforma

- Conocer estrategias para desarrollar experiencias coherentes a través de distintos dispositivos y canales.
- Evaluar la relación entre plataformas, audiencias y contenidos.

5. Estudiar metodologías de diseño para productos digitales innovadores

- Aplicar enfoques como *Design Thinking* y *Human-Centered Design* a productos narrativos y experienciales.
- Analizar casos de éxito en el diseño de experiencias digitales interactivas.

6. Analizar la relación entre tecnología, creatividad y mercado

- Comprender cómo la tecnología habilita nuevas formas de contar historias y generar valor.
- Estudiar tendencias que conectan la innovación con la demanda del usuario.

7. Desarrollar una visión crítica sobre la innovación narrativa

- Evaluar la calidad y efectividad de experiencias digitales en función de la inmersión, interacción y engagement.
- Identificar riesgos, desafíos y oportunidades en el uso de nuevas tecnologías narrativas.

» OBJETIVOS PRÁCTICOS

Objetivos Prácticos Innovación y Diseño de Producto Digital

1. Diseñar una narrativa digital coherente y atractiva

- Crear historias que conecten emocionalmente con la audiencia.
- Adaptar el storytelling a distintos contextos y formatos digitales.

2. Desarrollar campañas transmedia y multiplataforma

- Integrar mensajes y contenidos a través de redes sociales, web, apps y entornos inmersivos.

- Garantizar consistencia en la narrativa manteniendo la identidad de marca.

3. Experimentar con nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación

- Prototipar experiencias que utilicen **realidad aumentada (AR)**, **realidad virtual (VR)** o **realidad mixta (MR)**.
- Evaluar su viabilidad en campañas y productos digitales.

4. Aplicar metodologías ágiles al proceso creativo

- Trabajar en equipo usando técnicas como *Design Thinking* y *Lean UX*.
- Iterar ideas y prototipos basados en la retroalimentación del usuario.

5. Crear un plan estratégico de lanzamiento de una campaña innovadora

- Definir objetivos, canales, cronograma y KPIs para medir la efectividad.
- Alinear la propuesta con la audiencia objetivo y las tendencias del mercado.

6. Producir contenido adaptable a distintos formatos y plataformas

- Diseñar piezas visuales, interactivas y narrativas específicas para cada canal.
- Garantizar la optimización técnica y la experiencia de usuario en dispositivos móviles, web y entornos inmersivos.

7. Simular la implementación y presentación profesional del proyecto

- Defender la campaña ante un jurado como si fuera un pitch real.
- Argumentar las decisiones creativas, tecnológicas y estratégicas con datos y referencias.

➤ COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Analizar las variables sociales, económicas y culturales de un determinado contexto para valorar su influencia en el ámbito empresarial.

CG2 - Valorar la importancia del trabajo en equipo para el funcionamiento exitoso de la organización.

CG3 - Identificar las estrategias y los recursos que inciden en el éxito de la actividad comercial para lograr mejores resultados.

CG4 - Comprender las características de la sociedad digital y su influencia en la actividad empresarial para favorecer formatos de negocio más adecuados.

CG5 - Percibir la relevancia de la cultura organizativa para entender su funcionamiento y mejorar las formas de trabajo y de relación que se desarrollan en toda organización.

CG6 - Analizar la información y los datos provenientes de fuentes diversas para llevar a cabo un correcto diagnóstico de la realidad del mercado y tomar las decisiones idóneas.

CG7 - Reconocer los factores que inciden en el funcionamiento de una organización para contribuir a su mejora.

CG8 - Desarrollar habilidades interpersonales que refuercen el trabajo autónomo y las capacidades de persuasión y negociación.

CG9 - Reflexionar sobre las dimensiones de la personalidad humana para valorar el comportamiento individual y social en un determinado contexto histórico.

CG10 - Actuar de conformidad a los principios éticos, deontológicos y jurídicos propios de la profesión, respetando los principios de libertad e igualdad y defendiendo una cultura de paz y respeto de los derechos fundamentales y digitales.

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.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

TRANSVERSALES

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes

contextos.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

ESPECÍFICAS

CE1 - Comprender las características del mercado, y del entorno económico y empresarial para saber gestionar y administrar una organización.

CE2 - Comprender los fundamentos de la dirección estratégica y del diseño y gestión de proyectos para aplicarlos a la realidad de una organización.

CE3 - Conocer los principales indicadores de gestión de una organización (volumen de facturación, cuota de mercado, rentabilidad, eficiencia, valor de la marca) para poder evaluar su desempeño.

CE5 - Comprender los activos intangibles de la empresa, para poder desarrollar estrategias y acciones que refuercen la reputación corporativa de la organización.

CE6 - Aplicar los procesos de marketing y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia.

CE7 - Establecer las características y prestaciones que debe tener un producto o servicio como paso previo al prototipado y lanzamiento del mismo.

CE8 - Diseñar una campaña de marketing seleccionando los soportes y medios adecuados para la planificación de programas y acciones, utilizando las herramientas específicas para cada soporte.

CE9 - Confeccionar productos en formato web, y utilizar las herramientas básicas de ese entorno relacionadas con el análisis y verificación de fuentes, el posicionamiento, el análisis de audiencias, la minería de datos, la inteligencia artificial, la comunicación en redes sociales y la visualización de datos.

CE10 - Elaborar un plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias, y determinar, definir y controlar los presupuestos de comunicación publicitaria y marketing.

CE11 - Utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios y soportes convencionales y no convencionales, combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, y en la creación de nuevos soportes.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

1. Introducción a la innovación y desarrollo de productos digitales, conceptos básicos de multimedia.
2. Técnicas de investigación de mercado, análisis de necesidades del usuario.
3. Técnicas de creatividad e ideación, creación de prototipos.
4. Principios de diseño digital, herramientas de desarrollo multimedia.
5. Métodos de prueba de productos, evaluación de la experiencia del usuario.
6. Presentación de proyectos, retroalimentación y evaluación final.
7. Innovación y diseño de producto digital, entendiendo multimedia como la suma de variables comunicativas para generar un producto con un mensaje publicitario persuasivo.
8. Conocimiento del diseño y la creación multimedia como disciplina para entender el mensaje publicitario en nuevas plataformas.

/ol>gt;gt;

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

		PRESENCIA LIDAD
Clase magistral: presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por parte del profesor con participación o no del estudiante.	17,5 horas	50
Clase práctica: clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (estudios de casos, problemas, prácticas de laboratorio, simulaciones, herramientas informáticas, etc.).	20 horas	50

Trabajos (individuales o grupales): Elaboración de trabajos, individual o en grupo, cuyo resultado final puede ser una memoria, una exposición oral, un informe, etc.	10 horas	30
Tutorías (individuales o grupales): reuniones concertadas con el profesor por los estudiantes, de manera individual o en pequeños grupos, que permite dirigir el aprendizaje de manera personalizada. Incluye resolución de dudas, dirección de trabajos, preparación de exposiciones, etc.	3,5 horas	30
Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante: tiempo de estudio por parte del estudiante de los contenidos de las materias y tareas de búsqueda de información, análisis, elaboración de documentos, etc.	20 horas	0
Pruebas de evaluación: pruebas escritas, orales, prácticas, trabajos, etc. que permiten analizar los resultados de aprendizaje de los estudiantes.	4 horas	50
Total 75 horas		

➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN PONDERACIÓN

Pruebas de evaluación escrita: valoración mediante prueba objetiva escrita de los contenidos teórico-prácticos de la materia.

50%

Para aprobar la asignatura, es necesario superar satisfactoriamente tanto el examen (5 puntos) como la evaluación continua.

1. Criterios de evaluación de la convocatoria extraordinaria

La convocatoria extraordinaria contempla dos posibles situaciones:

- a. Estudiantes que hayan superado la evaluación continua pero no hayan aprobado el examen en convocatoria ordinaria: En este caso, se conserva la calificación de la evaluación continua, y el estudiante deberá presentarse únicamente al examen final. La calificación global resultará de la combinación de ambas partes, manteniendo los mismos porcentajes establecidos en la convocatoria ordinaria.
- b. Estudiantes que no hayan superado la evaluación continua: Estos estudiantes deberán presentarse al examen final en la convocatoria extraordinaria, que podrá incluir contenidos teóricos y prácticos adicionales, lo que permitirá recuperar las competencias no alcanzadas.

1. Criterios sobre la calificación de "No presentado"

La calificación de "No presentado" se aplicará exclusivamente cuando el estudiante no haya realizado ninguna de las pruebas o evidencias de evaluación previstas en la convocatoria correspondiente (ordinaria o extraordinaria). La participación, aunque sea parcial, en alguna actividad evaluable implica necesariamente la asignación de una calificación numérica.

Evaluación de trabajos, prácticas, informes: valorar el aprendizaje y la adquisición de competencias de los estudiantes a través de la realización de trabajos, individuales o grupales, que pueden incluir una presentación oral.

40%

Evaluación de la asistencia del estudiante / participación y proactividad en el aula: valorar el desempeño y aprovechamiento de la materia, así como de las competencias pertinentes, a través de la asistencia, la observación pautada de comportamientos y la participación.

10%

1. Evaluación de estudiantes en segunda o sucesivas matrículas

En el caso de estudiantes matriculados en segunda o sucesivas convocatorias, que no tienen obligación de asistencia presencial, la evaluación se adaptará a su situación académica. En estos casos:

No se evaluará la asistencia presencial de las sesiones.

Se respetarán las fechas de evaluación continua y del examen.

DISPENSAS ACADEMICAS

Los estudiantes que cuenten con una dispensa académica concedida por la universidad por motivos laborales, de salud, familiares, deportistas de élite u otras causas justificadas debidamente acreditadas estarán exentos de la obligación de asistencia presencial a las sesiones de clase. No obstante, deberán cumplir con las actividades de evaluación y aprendizaje que se les asignen, siguiendo una modalidad adaptada que les permita alcanzar los resultados de aprendizaje de la asignatura.

En estos casos:

No se aplicará la calificación asociada a la participación presencial ni a otras actividades cuyo desarrollo requiera asistencia física.

El profesorado establecerá actividades o pruebas alternativas que permitan evidenciar el grado de adquisición de las competencias correspondientes.

Estas actividades podrán incluir trabajos individuales, resolución de casos, análisis de lecturas, cuestionarios, tutorías virtuales u otras estrategias acordadas entre el estudiante y el docente responsable de la asignatura.

La evaluación final se realizará con los mismos criterios de calidad y exigencia que el resto del alumnado, asegurando la equidad del proceso evaluativo.

Es responsabilidad del estudiante con dispensa mantenerse informado sobre los contenidos y actividades de la asignatura, así como coordinar con el profesorado la planificación y entrega de las evidencias que sustituirán a las actividades presenciales

ASISTENCIA

La asistencia a clase constituye un elemento fundamental dentro del proceso de evaluación continua, en tanto que favorece el seguimiento regular de la asignatura, la participación del estudiante y el desarrollo de las competencias previstas.

En este sentido, se establecen los siguientes criterios:

Los estudiantes deberán asistir al menos al 80% de las sesiones programadas para obtener la totalidad del porcentaje asignado a la asistencia en la calificación final, que corresponde a un 10% de la nota global de la asignatura.

Los retrasos injustificados impedirán el acceso al aula una vez iniciada la sesión. Estos se contabilizarán como ausencias a efectos de evaluación, salvo circunstancias excepcionales previamente autorizadas por el profesorado.

Las faltas justificadas, debidamente acreditadas a los coordinadores de curso, y exclusivamente para los casos de fuerza mayor contemplados en la normativa, no computarán como ausencias.

La asistencia será registrada de manera sistemática por el profesorado.

➤ **BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**

Los apuntes y presentaciones compartidos por el profesor en el transcurso de las clases, así como el material incluido en la plataforma de la asignatura.

Recursos bibliográficos de la Universidad Villanueva: <https://biblioteca.villanueva.edu/>

➤ HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

1.-Los horarios podrán ser consultados en tiempo real en:

[Horarios](#)

2.-El calendario de exámenes podrá ser consultado en el calendario académico general para los Grados: [Calendario Académico](#)

3.- Tutorías: el profesor publicará el horario de tutorías en el campus virtual de la asignatura, con independencia de que el alumno pueda solicitar por correo electrónico a la dirección del profesor las tutorías necesarias.

➤ PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE

Esta guía docente se ha elaborado de acuerdo con la memoria verificada de la titulación.