

Guía Docente: Creación de aplicaciones móviles rentables

DATOS GENERALES	
Facultad	Facultad de Ciencias y Tecnología
Titulación	Máster en Tecnologías Móviles
Plan de estudios	2020
Materia	Modelo de negocio y distribución de aplicaciones
Carácter	Optativo
Período de impartición	Segundo Trimestre
Curso	Primero
Nivel/Ciclo	Máster
Créditos ECTS	6
Lengua en la que se imparte	Castellano
Prerrequisitos	Conocimiento de Android e iOS.

DATOS DEL PROFESORADO			
Profesor Responsable	Luis Miguel Garay Gallastegui	Correo electrónico	luismiguel.garay@ui1.es
Área		Facultad	Facultad de Ciencias y Tecnología
Perfil Profesional 2.0	LinkedIn Twitter		

CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Asignaturas de la materia	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de aplicaciones móviles rentables • Firma y distribución de aplicaciones móviles
Contexto y sentido de la asignatura en la titulación y perfil profesional	<p>En esta asignatura el alumno llegará a entender de forma profunda los principales modelos de negocio asociados a las aplicaciones móviles. Para ello se profundizará en el entorno de mercado de las apps, la importancia del usuario y cómo optimizar sus interacciones en este medio específico.</p> <p>También se analizarán los principios del marketing mobile y cómo desarrollarlos con eficacia para impulsar los modelos de negocio y optimizar la publicidad mobile.</p>

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias de la asignatura	<ul style="list-style-type: none"> • CB6: Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación. • CB7: Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. • CB8: Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. • CB9: Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. • CB10: Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. • CG01: Conocer los usos de productos tecnológicos de distintos colectivos sociales y ser capaz de encontrar nuevas necesidades. • CG02: Ser capaz de proponer soluciones imaginativas y originales así como de promover la innovación e identificación de alternativas en el desarrollo de aplicaciones móviles. • CG03: Ser capaz de diseñar y elaborar concisa, clara y razonadamente planes y proyectos de trabajo para el desarrollo de aplicaciones móviles. • CG05: Conocer las particularidades del negocio y los mercados de aplicaciones móviles. • CG07: Ser capaz de integrarse en equipos de trabajo o investigación multidisciplinares de manera eficaz y colaborativa. • CEMN01: Aplicar los conocimientos de las tecnologías y elementos hardware y software, a la elaboración de modelos de negocio en el ámbito de aplicaciones móviles. • CEMN02: Conocer, analizar y evaluar técnicas publicitarias no intrusivas.
Resultados de aprendizaje de la asignatura	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los principales modelos de negocio en aplicaciones móviles. • Saber utilizar la publicidad no intrusiva.

PROGRAMACION DE CONTENIDOS

<p>Breve descripción de la asignatura</p>	<p>Interacción con el usuario</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principios de interacción con el usuario • Diseño de interfaces usables y accesibles para dispositivos móviles <p>Elección de la tecnología de desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de equipo de desarrollo • Time to market • Rendimiento <p>Modelos de negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> • In-App Advertising • Freenium • Aplicaciones de pago • Compras dentro de aplicación • Suscripciones • Sponsorship
<p>Contenidos</p>	<p>Unidad Didáctica 1: Entorno competitivo apps</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evolución entorno competitivo • Estrategia en apps • Tendencias mobile <p>Unidad Didáctica 2: Las apps y los usuarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones de los usuarios con el entorno mobile • Grados de interacción • Entornos y Micromomentos • Contenidos y búsquedas móviles <p>Unidad Didáctica 3: La interacción con el usuario</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principios de interacción con el usuario • Diseño de interfaces usables y accesibles para dispositivos móviles • Metodología diseño experiencias móviles de usuario • Buenas prácticas en el rendimiento y prototipado móvil <p>Unidad Didáctica 4: Fundamentos del mobile marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de valor • Time to market • Marketing Mix mobile <p>Unidad Didáctica 5: Modelos de negocio basados en publicidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internet tradicional vs Mobile • Formatos publicidad móvil • Branding y engagement • Performance <p>Unidad Didáctica 6: Modelos de negocio basados en el servicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercio electrónico o m-commerce

- Modelo Freemium / In App
- Modelo pago por suscripción
- Modelo pago una vez / pago por descarga
- Sponsorización

METODOLOGÍA

Actividades formativas

En cada una de las 6 Unidades Didácticas, el alumnado deberá llevar a cabo actividades que le conduzcan a la adquisición de competencias y la aplicación práctica. Entre otras, se propondrán las siguientes actividades:

- **Estudio de caso:** el estudio de caso se planteará bien como ejercicio introductorio, sobre el que el alumno deberá investigar profundizando en el aspecto planteado, o bien como un ejercicio de aplicación, sobre algún tema del que se haya iniciado su tratamiento en la unidad y donde el alumno deberá utilizar los recursos necesarios aplicando los conceptos desarrollados en la unidad.
- **Foro de debate:** el foro de debate será un espacio donde se plantearán diversos aspectos relacionados con el contenido de la unidad. La participación en los debates debe ser ordenada, requiere la lectura de los mensajes previos para evitar reiteraciones y contribuir al avance de la discusión.
- **Cuestionario:** el cuestionario será un elemento de reflexión sobre los contenidos de la unidad, orientándose a que el alumno sea capaz de manejar con exactitud, precisión y rigor los diferentes conceptos desarrollados en las unidades.

EVALUACIÓN

Sistema evaluativo

En caso de que la situación sanitaria impida la realización presencial de los exámenes con todas las garantías, la Universidad Isabel I celebrará dichas pruebas en modalidad online. Para la realización de dichos exámenes, la universidad incorporará la herramienta de proctoring a nuestra plataforma tecnopedagógica, con el objetivo de garantizar los procesos de autenticación del alumno, como el control del entorno durante el desarrollo de las pruebas de evaluación. A su vez, la Universidad Isabel I pondrá a disposición del alumnado una Unidad de Exámenes Online específica para ofrecer apoyo técnico durante todo el proceso y así solventar todas las incidencias que se puedan presentar.

El sistema de evaluación se basará en una selección de las pruebas de evaluación más adecuadas para el tipo de competencias que se trabajen. El sistema de calificaciones estará acorde con la legislación vigente (*Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y de validez en todo el territorio nacional*).

El sistema de evaluación de la Universidad Isabel I queda configurado de la siguiente manera:

Sistema de evaluación convocatoria ordinaria

Opción 1. Evaluación continua

Los estudiantes que opten por esta vía de evaluación deberán realizar el **seguimiento de la evaluación continua (EC)** y podrán obtener hasta un **60 %** de la calificación final a través de las actividades que se plantean en la evaluación continua.

Además, deberán realizar un **examen final presencial (EX)** que supondrá el **40 %** restante. Esta prueba tiene una parte dedicada al control de la identidad de los estudiantes que consiste en la verificación del trabajo realizado durante la evaluación continua y otra parte en la que realizan diferentes pruebas teórico-prácticas para evaluar las competencias previstas en cada asignatura.

Para la aplicación de los porcentajes correspondientes, el estudiante debe haber obtenido una nota mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta el sistema de evaluación continua.

Se considerará que el estudiante supera la asignatura en la convocatoria ordinaria por el sistema de evaluación continua, siempre y cuando al aplicar los porcentajes correspondientes se alcance una calificación mínima de un 5.

Opción 2. Prueba de evaluación de competencias

Los estudiantes que opten por esta vía de evaluación deberán realizar una **prueba de evaluación de competencias (PEC)** y un **examen final presencial (EX)**.

La **PEC** se propone como una prueba que el docente plantea con el objetivo de evaluar en qué medida el estudiante adquiere las competencias definidas en su asignatura. Dicha prueba podrá ser de diversa tipología, ajustándose a las características de la asignatura y garantizando la evaluación de los resultados de aprendizaje definidos. Esta prueba supone el 50 % de la calificación final.

El **examen final presencial**, supondrá el **50 %** de la calificación final. Esta prueba tiene una parte dedicada al control de la identidad de los estudiantes que consiste en la verificación del seguimiento de las actividades formativas desarrolladas en el aula virtual y otra parte en la que realizan diferentes pruebas teórico-prácticas para evaluar las competencias previstas en cada asignatura.

Al igual que con el sistema de evaluación anterior, para la aplicación de los porcentajes correspondientes el estudiante debe haber obtenido una puntuación mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta la opción de prueba de evaluación de competencias.

Se considerará que el estudiante supera la asignatura en la convocatoria ordinaria por el sistema de la prueba de evaluación de competencias siempre y cuando al aplicar los porcentajes correspondientes se alcance una calificación mínima de un 5.

Sistema de evaluación convocatoria extraordinaria

Todos los estudiantes, independientemente de la opción seleccionada, que no superen las pruebas evaluativas en la convocatoria ordinaria tendrán derecho a una convocatoria extraordinaria.

La convocatoria extraordinaria completa consistirá en la realización de una **prueba de evaluación de competencias** que supondrá el **50 %** de la calificación final y un **examen final presencial** cuya calificación será el **50 %** de la calificación final.

Para la aplicación de los porcentajes correspondientes, el estudiante debe haber obtenido una nota mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta el sistema de evaluación de la convocatoria extraordinaria.

Los estudiantes que hayan suspendido todas las pruebas evaluativas en convocatoria ordinaria (evaluación continua o prueba de evaluación de competencias y examen final) o no se hayan presentado deberán realizar la convocatoria extraordinaria completa, como se recoge en el párrafo anterior.

En caso de que hayan alcanzado una puntuación mínima de un 4 en alguna de las pruebas evaluativas de la convocatoria ordinaria (evaluación continua o prueba de evaluación de competencias y examen final), se considerará su calificación para la convocatoria extraordinaria, debiendo el estudiante presentarse a la prueba que no haya alcanzado dicha puntuación o que no haya realizado.

En el caso de que el alumno obtenga una puntuación que oscile entre el 4 y el 4,9 en las dos partes de que se compone la convocatoria ordinaria (EC o PEC y examen), solo se considerará para la convocatoria extraordinaria la nota obtenida en la evaluación continua o prueba de evaluación de competencias ordinaria (en función del sistema de evaluación elegido), debiendo el alumno realizar el examen extraordinario para poder superar la asignatura.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, se entenderá que el alumno ha superado la materia en convocatoria extraordinaria si, aplicando los porcentajes correspondientes, se alcanza una calificación mínima de un 5.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Bibliografía básica	<p>Hui Liu (2020). Mobile Marketing Connections. Royal Collins Publishing Company</p> <p>Carrasco Burgos, H (2016). Modelo de negocio para un servicio basado en una aplicación móvil: Cómo rentabilizar una app móvil. Editorial Académica Española.</p>
Bibliografía complementaria	<p>Estrade, JM (2020). Marketing Digital. Mobile Marketing, SEO y Analítica Web. Anaya</p> <p>Priluck, R. (2016). Social Media and Mobile Strategy. Oxford University Press</p> <p>Meerman, D (2017). The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, Newsjacking, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly.</p> <p>Celaya, Javier. (2014). Nuevos modelos de negocio en la era digital: Más allá de la gratuidad en Internet. Dosdoce.</p>
Otros recursos	<p>1) Cómo hacer el plan de negocio de una app</p> <p>Claves del plan de negocio de una aplicación móvil</p> <p>https://www.emprendedores.es/plan-de-negocio/plan-negocio-app-aplicacion-movil/</p> <p>2) Principales modelos de negocios en app móviles</p> <p>Con el auge de los dispositivos móviles, muchos desarrolladores se han animado a crear aplicaciones y buscar nuevos modelos de negocio en un mercado con muchas formas de monetizar pero con distinta efectividad.</p> <p>https://www.bbvaopen4u.com/es/actualidad/principales-modelos-de-negocios-en-app-moviles</p> <p>3) 10 modelos de negocio posibles para monetizar una aplicación mobile</p> <p>Identificación de cuál es el mejor modelo de negocio para mi app</p> <p>http://blog.sandiamedia.agency/modelos-de-negocio-monetizar-una-aplicacion-mobile/</p>

4) ¿Qué se necesita para ayudar a un nuevo negocio a despegar?

Claves para los líderes que están evaluando crear nuevos negocios digitales

<https://www.mckinsey.com/cl/our-insights/que-se-necesita-para-ayudar-a-un-nuevo-negocio-a-despegar>

5) El valor del diseño para las empresas

¿Cómo hacen las empresas más destacadas en diseño para aumentar sus ingresos y el retorno para los accionistas?

<https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-design/our-insights/the-business-value-of-design/es-cl>

6) ¿Sigue vigente el modelo global de servicios de negocio?

Evolución de las empresas orientadas a servicio

<https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/does-the-global-business-services-model-still-matter/es-es>

7) El futuro de las aplicaciones

Tres estrategias para los negocios de alta velocidad e impulsados por el software.

<https://www.accenture.com/co-es/insight-enterprise-application-strategy>

8) Fjord Trends

Preparados para reinventarnos el futuro de la empresa, la tecnología y el diseño

<https://www.accenture.com/co-es/insights/digital/fjord-trends-2020>

9) 8 tips to help make technology accessible

Mejora en la experiencia de la tecnología móvil

<https://get.google.com/apptips/tips/#!/collection/improve-access>

10) ¿Está preparada tu empresa para un mundo sin tiendas de aplicaciones?

Alternativas a las tiendas de aplicaciones móviles

<https://www.emprendedores.es/plan-de-negocio/plan-negocio-app-aplicacion-movil/>