

Máster en Enseñanzas Artísticas: Diseño de Publicaciones Analógicas y Digitales

Guía docente de **MARKETING APLICADO
AL PROYECTO PUBLICACIONES**

ESPECIALIDAD Diseño Gráfico

Curso 2020/2021

Esquema de la guía

1. Datos de identificación • 2. Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación • 3. Conocimientos recomendados 4. Competencias de la asignatura • 5. Resultados de aprendizaje • 6. Contenidos 7. Volumen de trabajo/ Metodología • 8. Recursos • 9. Evaluación • 10. Bibliografía

1. Datos de identificación

DATOS DE LA ASIGNATURA			
Centro	Escola d'Art i Superior de disseny de Valencia		
Título	Máster EEAA:Diseño de Publicaciones Analógicas y Digitales		
Departamento	Diseño Gráfico		
Mail del departamento			
Nombre de la asignatura	Marketing aplicado al proyecto publicaciones		
Web de la asignatura			
Horario de la asignatura	2º semestre:		
Lugar donde se imparte	2.1	Horas semanales	3 presenciales
Código		Créditos ECTS	4
Ciclo	Posgrado1	Curso	Máster
Duración	Semestre		
Carácter de la asignatura	Obligatoria		
Tipo de asignatura	Teórico- práctica		
Lengua en que se imparte	Castellano		
DATOS DE LOS PROFESORES			
Profesor/es responsable/s	Gabriel Navarro		
Correo electrónico	gnavarro@easdvalencia.com		
Horario de tutorías	Previa cita		
Lugar de tutorías	Sede Velluters		

2. Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación

La asignatura Marketing Aplicado al Proyecto de Publicaciones es una asignatura obligatoria en el Máster en EEAA: Diseño de Publicaciones Analógicas y Digitales.

La asignatura analiza principios básicos de la disciplina del marketing con objeto de que el/la diseñador/a de publicaciones conozca y comprenda la utilidad de sus diversas herramientas para aplicarlas a una propuesta editorial en el ejercicio de su actividad.

El marketing se ocupa de que el/a diseñador/a ofrezca una propuesta de valor diferenciada que satisfaga las necesidades de su público objetivo; analice el mercado y a la competencia para que desarrolle una estrategia comercial que aporte valor, a un precio adecuado, que lo ponga al alcance del cliente en un entorno adecuado y de que comunique todo lo anterior de forma satisfactoria.

Objetivos generales:

1. Identificar los principios del marketing y la aplicación a su propuesta editorial.
2. Conocer y aplicar la metodología del marketing como parte de su propuesta editorial.
3. Elaborar las estrategias y acciones que permita conectar la propuesta editorial con su público objetivo.

Contribución de la asignatura al perfil profesional del titulado en Máster en EEAA de Diseño de Publicaciones Analógicas y Digitales.

La asignatura aporta una metodología que ayuda al/a diseñador/a editorial al desarrollo de sus propuestas de diseño en base a las necesidades, deseos o exigencias que presenta su público objetivo y el mercado y le dota de las herramientas para que la elabore bajo una estrategia comercial que le permita alcanzar su viabilidad económica, medio-ambiental y sociocultural

3. Conocimientos previos recomendados

Requisitos previos, mínimos o necesarios para cursar la asignatura. Conocimientos recomendados y/o relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se requieren conocimientos previos a excepción de los implícitos a las condiciones establecidas en el punto de "ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES" establecidos en la memoria del Título.

4. Competencias de la asignatura

Las competencias vienen establecidas en los planes de estudios publicados en la correspondiente orden. Es conveniente detallar el grado de contribución de la asignatura a la adquisición y desarrollo de cada competencia (mucho, bastante, algo, poco)

Con esta asignatura se pretende que el alumnado adquiera las siguientes competencias básicas y específicas:

CB2, CB5, CE1, CE2, CE4, CE5

CB-2.- 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.

CB-4.- 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.

La asignatura pretende satisfacer las siguientes competencias específicas:

C.E.1- Diseñar publicaciones analógicas y digitales innovadoras, que respondan a las necesidades propuestas en un briefing, y a los nuevos soportes del producto de publicaciones.

C.E.3.- Comunicar adecuadamente ante un público especializado o no, el resultado de las publicaciones analógicas y digitales, así como los fundamentos sobre los que se sustenta.

C.E.4.- Evaluar la metodología precisa para abordar el desarrollo de publicaciones analógicas y digitales complejos.

C.E.5- Verificar la viabilidad económica de las propuestas resultantes del diseño de publicaciones analógicas y digitales.

5. Resultados de aprendizaje

Nota importante: Las competencias están expresadas en un sentido genérico por lo que es necesario incluir en la guía docente los resultados de aprendizaje. Estos resultados constituyen una concreción de una o varias competencias, haciendo explícito el grado de dominio o desempeño que debe adquirir el alumnado y contienen en su formulación el criterio con el que van a ser evaluadas. Los resultados de aprendizaje evidencian aquello que el alumnado será capaz de demostrar al finalizar la asignatura o materia y reflejan, asimismo, el grado de adquisición de la competencia o conjunto de competencias.

RESULTATS D'APRENENTATGE RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPETÈNCIES RELACIONADES COMPETENCIAS RELACIONADAS
R. A. 2- Hacerse preguntas sobre la realidad que le rodea a uno y participar activamente en los debates en torno a la misma, analizando los juicios que se formulan y reflexionando sobre las consecuencias de las decisiones propias y ajenas. R. A. 3- Analizar la coherencia de los juicios propios y ajenos, y valorar las implicaciones personales y sociales de los mismos.	C.B.2
R. A. 1- Incorporar los aprendizajes propuestos por los expertos y mostrar una actitud activa a su asimilación.	C.B.5
R.A.1- Definir las necesidades funcionales y estéticas requeridas por el usuario final, en las publicaciones analógicas y digitales.	C.E.1
R.A.1- Transmitir de un modo claro y sin ambigüedades el proyecto de la publicación ante el cliente utilizando los argumentos que lo justifiquen. R.A.2- Defender las propuestas de diseño finales y contrastarlas con los objetivos planteados en el proyecto.	C.E.3
R.A.2- Seleccionar e implantar la metodología de trabajo adecuada a las necesidades específicas de cada proyecto.	C.E.2
R.A.1- Analizar y seleccionar los procesos de producción, los materiales y medios adecuados que garanticen la viabilidad económica. R.A.2- Especificar los condicionantes económicos asociados a la producción del proyecto analógico y digital diseñado. R.A.3- Determinar los medios de comercialización y distribución óptimos en función de la tipología de publicación (analógico o digital)	C.E.5

6. Contenidos

- 1.- Marketing en el sector editorial. Revisión de conceptos. .
- 2.- Análisis del mercado y del entorno.
- 3.- El público objetivo de publicaciones. Determinación de la Propuesta de Valor Diferenciada Editorial.
- 4.- La investigación de mercado en una propuesta editorial.
- 5.- Producto editorial. Caracterización.
- 6.- Determinación del precio de la propuesta editorial.
- 7.- Distribución de la propuesta editorial.
- 8.- Plan de Comunicación Editorial.
- 9.- Nuevas propuestas editoriales

7. Volumen de trabajo/ Metodología

7.1 Actividades de trabajo presencial			
ACTIVIDADES	Metodología de enseñanza-aprendizaje	Relación con los Resultados de Aprendizaje	Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)
Clase presencial	Exposición de contenidos por parte del profesor o en seminarios, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.	RA1/RA2/RA3	25h
Clases prácticas	Sesiones de trabajo grupal en grupos supervisadas por el profesor. Estudio de casos, proyectos, talleres, problemas, estudio de campo, aula de informática, laboratorio, visitas a exposiciones/conciertos/representaciones/audiciones..., búsqueda de datos, bibliotecas, en Internet, etc. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno.	RA1/RA2/RA3	15h
Exposición trabajo en grupo	Aplicación de conocimientos interdisciplinares.		
Tutoría	Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor/a con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, talleres, lecturas, realización de trabajos, proyectos, etc.	RA1/RA2/RA3	4,5h
Evaluación	Conjunto de pruebas (orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial o formativa del alumno.	RA1/RA2/RA3	0,5h
SUBTOTAL			45h

7.2 Actividades de trabajo autónomo			
<i>ACTIVIDADES</i>	<i>Metodología de enseñanza-aprendizaje</i>	<i>Relación con los Resultados de Aprendizaje</i>	<i>Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)</i>
<i>Trabajo autónomo</i>	<i>Estudio del alumno/a: preparación y práctica individual de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.</i>	RA1/RA2/RA3	35h
<i>Estudio práctico</i>	<i>Preparación en grupo de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.</i>	RA1/RA2/RA3	20h
<i>Actividades complementarias</i>	<i>Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, congresos, conferencias,...</i>		
SUBTOTAL			55h
TOTAL			100h

8. Recursos

- Aula virtual (plataforma Moodle)
- Apuntes y presentaciones elaborados por el profesor.
- Recursos multimedia.
- Páginas web.
- Material audiovisual (películas, documentales...).
- Cañón de proyección.
- Pizarra.
- Redes sociales.
- Revistas y artículos especializados
- Biblioteca..

9. Evaluación

9.1 Convocatoria ordinaria

9.1.1 Alumnos con evaluación continua

<i>INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN</i>	Resultados de Aprendizaje evaluados
----------------------------------	-------------------------------------

<p>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Elaboración y presentación de trabajos de forma individual y grupal. Los trabajos tendrán una rúbrica u otro instrumento (lista de chequeo...) que especificara los indicadores y su valoración concreta, dicha rúbrica se desarrollará en la aplicación de la guía</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN 100%</p>	<p>RA1/RA2/RA3</p>
---	--------------------

9.1.2 Alumnos con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)

<p>INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN</p> <p>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Exámenes escritos u orales</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN 80%</p> <p>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Elaboración y presentación de trabajos de forma individual y grupal. Los trabajos tendrán una rúbrica u otro instrumento (lista de chequeo...) que especificara los indicadores y su valoración concreta. dicha rubrica se desarrollará en la aplicación de la guía</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN 20%</p>	<p>Resultados de Aprendizaje evaluados</p> <p>RA1/RA2/RA3</p>
--	---

9.2 Convocatoria extraordinaria

9.2.1 Alumnos con evaluación continua

<p>INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN</p> <p>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Elaboración y presentación de trabajos de forma individual y grupal. Los trabajos tendrán una rúbrica u otro instrumento (lista de chequeo...) que especificara los indicadores y su valoración concreta, dicha rúbrica se desarrollará en la aplicación de la guía</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN 100%</p>	<p>Resultados de Aprendizaje evaluados</p> <p>RA1/RA2/RA3</p>
---	---

9.2.2 Alumnos con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)

<p>INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN</p> <p>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Exámenes escritos u orales</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN 80%</p> <p>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Elaboración y presentación de trabajos de forma individual y grupal. Los trabajos tendrán una rúbrica u otro instrumento (lista de chequeo...) que especificara los indicadores y su valoración concreta. dicha rubrica se desarrollará en la aplicación de la guía</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN 20%</p>	<p>Resultados de Aprendizaje evaluados</p> <p>RA1/RA2/RA3</p>
--	---

10. Bibliografia

- COLE, D. (2003) **Marketing editorial: la guía**. Ed. Fondo de Cultura Económica
- ESTRELLA, A.M. y SEGOVIA C. (2016) **Comunicación Integrada de Marketing**. ESIC Editorial.
- GÓMEZ TARRAGONA, D (2010) **Marketing Editorial**. Ed. Pirámide-ESIC
- MONTERO, F. (2005) **Marketing de periódicos y revistas** Ed. ESIC
- PINTADO, T. y SÁNCHEZ, J. (coordinadores). (2014) **Nuevas Tendencias en comunicación estratégica**. ESIC Editorial. 3ed.
- SANTESMASES, M. (2009) **Fundamentos de Marketing**. Ed. Pirámide.