



Máster en Enseñanzas Artísticas:

GUIA DOCENTE

Marketing aplicado al proyecto publicaciones

Especialidad:

Curso 2024/2025

- 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 València | | |
| Título | Diseño Gráfico | | |
| Departamento | Diseño Gráfico | | |
| Mail del departamento | masterpublicaciones@easdvalencia.com | | |
| Asignatura | Marketing aplicado al proyecto publicaciones | | |
| Web | easdvalencia.com | | |
| Horario | Miércoles 15 a 18:00h, 2do semestre | | |
| Lugar impartición | Velluters | Horas semanales | 3 |
| Código | | Créditos ECTS | 4 |
| Ciclo | Nivel 3 | Curso | Máster |
| Duración | Semestral | Idioma | Castellano/Valenciano |
| Tipo de formación | Obligatoria | Tipo de asignatura | 60% presencial 40% autónomo |



DATOS DEL PROFESORADO

| | |
|-------------------------|-----------------------------------|
| Docente/s responsable/s | Gabriel Navarro Valencia |
| Correo electrónico | gnavarro@easdvalencia.com |
| Horario tutorías | A convenir previa cita |
| Lugar de tutorías | Departamento de CCSS o a convenir |

→ 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 EEA: 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/la 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 EEA de Diseño de Publicaciones Analógicas y Digitales.

La asignatura aporta una metodología que ayuda al/la 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**

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**

Se presentan a continuación las competencias a cuyo logro contribuye la asignatura de Marketing aplicado a Publicaciones

COMPETENCIAS BÁSICAS

| | |
|-----|--|
| CB2 | 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. |
| CB4 | 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. |

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

| | |
|-----|---|
| CE1 | Diseñar publicaciones analógicas y digitales innovadoras, que respondan a las necesidades propuestas en un briefing, y a los nuevos soportes del producto de publicaciones. |
| CE3 | 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. |
| CE4 | Evaluuar la metodología precisa para abordar el desarrollo de publicaciones analógicas y digitales complejos. |
| CE5 | Verificar la viabilidad económica de las propuestas resultantes del diseño de publicaciones analógicas y digitales. |



→ 5. Resultados de aprendizaje

| RESULTADOS DE APRENDIZAJE | COMPETENCIAS RELACIONADAS |
|--|---------------------------|
| <p>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.</p> <p>R. A. 3- Analizar la coherencia de los juicios propios y ajenos, y valorar las implicaciones personales y sociales de los mismos.</p> | C.B.2 |
| <p>R. A. 1- Incorporar los aprendizajes propuestos por los expertos y mostrar una actitud activa a su asimilación.</p> | C.B.5 |
| <p>R.A.1- Definir las necesidades funcionales y estéticas requeridas por el usuario final, en las publicaciones analógicas y digitales.</p> | C.E.1 |
| <p>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.</p> <p>R.A.2- Defender las propuestas de diseño finales y contrastarlas con los objetivos planteados en el proyecto.</p> | C.E.3 |
| <p>R.A.2- Seleccionar e implantar la metodología de trabajo adecuada a las necesidades específicas de cada proyecto.</p> | C.E.2 |
| <p>R.A.1- Analizar y seleccionar los procesos de producción, los materiales y medios adecuados que garanticen la viabilidad económica.</p> <p>R.A.2- Especificar los condicionantes económicos asociados a la producción del proyecto analógico y digital diseñado.</p> <p>R.A.3- Determinar los medios de comercialización y distribución óptimos en función de la tipología de publicación (analógico o digital)</p> | C.E.2 |



→ 6. Contenidos

Unidad 1. Marketing en el sector editorial.

Unidad 2. Análisis del mercado y entorno

Unidad 3. Estrategia

Unidad 4. Estudio de la audiencia

Unidad 5. Investigación de mercado de la publicación

Unidad 6 Producto editorial. Caracterización.

Unidad 7. Determinación del precio de la propuesta editorial

Unidad 8. Distribución de la propuesta editorial.

Unidad 9. Plan de Comunicación Editorial

→ 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 profesorado 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 o la docente. 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 alumnado. | RA1/RA2/RA3 | 15h |



| | | | |
|-----------------|--|-------------|-----------|
| Tutoría | Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor o tutora 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 alumnado. | RA1/RA2/RA3 | 0,5h |
| SUBTOTAL | | | 45 |

7.2 Actividades de trabajo autónomo

| | | | |
|-----------------------------|--|-------------|------------|
| Trabajo autónomo | Estudio del alumno o alumna: 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. | RA1/RA2/RA3 | 35h |
| Estudio práctico | 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. | RA1/RA2/RA3 | 20h |
| Actividades complementarias | Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, congresos, conferencias,... | | |
| SUBTOTAL | | | 55 |
| TOTAL | | | 100 |

→ 8. Recursos

- Aula virtual
- Apuntes y presentaciones elaborados por el profesor.
- Recursos multimedia.
- Páginas web.
- Material audiovisual (películas, documentales...).
- Cañón de proyección.



- Redes sociales.
- Revistas y artículos especializados
- Biblioteca..

→ 9. Evaluación

9.1 Convocatoria ordinaria

9.1.1 Alumnado con evaluación continua

| INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN | Resultados de Aprendizaje evaluados |
|---|-------------------------------------|
| <p>Trabajos prácticos. Suponen el 100% de la calificación total.</p> <p>Para sumar la nota final, cada uno de los trabajos será valorado con porcentajes diferentes según criterio del profesor o la profesora.</p> <p>Cada trabajo se calificará de 0 a 10. Se considera que la asignatura está superada si la nota final es igual o superior a 5 en todos y cada uno de los trabajos. Los trabajos presentados fuera de plazo serán calificados con una nota máxima de 5.</p> <p>Para evaluar los trabajos se utilizará una rúbrica donde se especificarán los resultados de aprendizaje y los indicadores (resultados de aprendizaje más concretos) según sea su tipología. También se indicarán los porcentajes otorgados a cada uno de ellos. Este instrumento de evaluación será dado a conocer a los y las estudiantes.</p> | RA1/RA2/RA3 |

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

| INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN | Resultados de Aprendizaje evaluados |
|--|-------------------------------------|
| <p>Trabajos prácticos. Suponen el 20% de la calificación total.</p> <p>Prueba teórica/práctica. Supone el 80% de la calificación total.</p> <p>Cada trabajo, así como el examen, se calificará de 0 a 10. Se considera que la asignatura está superada si la nota final es igual o superior a 5 en todos y cada uno de los trabajos y en el examen.</p> <p>Para evaluar tanto los trabajos como el examen, se utilizará una rúbrica donde se especificarán los resultados de aprendizaje y los indicadores (resultados de aprendizaje más concretos) según sea su tipología.</p> | RA1/RA2/RA3 |



9.2 Convocatoria extraordinaria

9.2.1 Alumnado con evaluación continua

| INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN | Resultados de Aprendizaje evaluados |
|--|-------------------------------------|
| <p>Trabajos prácticos. Suponen el 20% de la calificación total.</p> <p>Prueba teórica/práctica. Supone el 80% de la calificación total.</p> <p>Cada trabajo, así como el examen, se calificará de 0 a 10. Se considera que la asignatura está superada si la nota final es igual o superior a 5 en todos y cada uno de los trabajos y en el examen.</p> <p>Para evaluar tanto los trabajos como el examen, se utilizará una rúbrica donde se especificarán los resultados de aprendizaje y los indicadores (resultados de aprendizaje más concretos) según sea su tipología.</p> | RA1/RA2/RA3 |

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

| INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN | Resultados de Aprendizaje evaluados |
|--|-------------------------------------|
| <p>Trabajos prácticos. Suponen el 20% de la calificación total.</p> <p>Prueba teórica/práctica. Supone el 80% de la calificación total.</p> <p>Cada trabajo, así como el examen, se calificará de 0 a 10. Se considera que la asignatura está superada si la nota final es igual o superior a 5 en todos y cada uno de los trabajos y en el examen.</p> <p>Para evaluar tanto los trabajos como el examen, se utilizará una rúbrica donde se especificarán los resultados de aprendizaje y los indicadores (resultados de aprendizaje más concretos) según sea su tipología.</p> | RA1/RA2/RA3 |

→ 10. Bibliografía

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.
- GIL,M. y GÓMEZ, M. (2016) **Manual de Edición. Guía para estos tiempos revueltos.** CERLALC
- 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.