

GUIA DOCENT DE CENTRES ISEACV

GUÍA DOCENTE DE CENTROS ISEACV

Curs /Curso
2018-2019

1 Dades d'identificació de l'assignatura <i>Datos de identificación de la asignatura</i>					
Nom de l'assignatura <i>Nombre de la asignatura</i>	MARKETING Y COMUNICACIÓN				
Crèdits ECTS <i>Créditos ECTS</i>	6	Curs <i>Curso</i>	3º	Semestre <i>Semestre</i>	Primero
Tipus de formació <i>Tipo de formación</i> bàsica, específica, optativa <i>básica, específica, optativa</i>	BÁSICA B	Idioma/es en que s'imparteix l'assignatura <i>Idioma/s en que se imparte la asignatura</i>			Castellano Valenciano
Matèria <i>Materia</i>	Gestión del Diseño Gráfico				
Títol Superior <i>Título Superior</i>	Título Superior de las Enseñanzas Artísticas Superiores				
Especialitat <i>Especialidad</i>	Diseño Gráfico				
Centre <i>Centro</i>	Escola d'Art i Superior de Disseny d'Alcoi				
Departament <i>Departamento</i>	Ciencias Sociales y Legislación				
Professorat <i>Profesorado</i>	Ana Fuster Marí				
e-mail <i>e-mail</i>	fustera@easdalcoi.es				

1.1 Objectius generals i contribució de l'assignatura al perfil professional de la titulació

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

El marketing es el proceso encaminado para que un producto, una idea o un servicio cubran satisfactoriamente los deseos o las necesidades de los consumidores. Ello implica un conjunto de técnicas que ayudan a las empresas a cubrir esos deseos y necesidades.

Por un lado, el diseñador de gráfico participa activamente dentro del proceso de aplicación o de utilización del marketing, es una parte fundamental del mismo. Hoy en día, no prestar la debida atención al diseño gráfico en el mundo empresarial puede provocar que la imagen de nuestra marca, producto o servicio sea ambigua o poco profesional y esto puede conducir a un fracaso en nuestra estrategia de comunicación y, consecuentemente en la estrategia de marketing.

Por otra parte, el diseñador de gráfico debe comprender la importancia y el alcance del concepto de marketing y saber cómo aprovechar las ventajas de su aplicación en su campo profesional. Esta asignatura capacitará al diseñador gráfico aplicado para utilizar el marketing y la comunicación como una estrategia básica para tener éxito en su actividad profesional.

Para ello, lo primero será entender la composición y estructura del mercado del diseño gráfico, distinguiendo aquellos factores del entorno que influyen en él, y conocer y saber usar las herramientas necesarias para analizar su evolución.

El diseñador gráfico también deberá saber utilizar la segmentación de mercados como estrategia de marketing, conocer las distintas fases del proceso de investigación comercial y comprender cómo aplicar las distintas técnicas de investigación de mercados y su metodología.

Es fundamental que el diseñador gráfico entienda la importancia del estudio del comportamiento del consumidor (y de su proceso de decisión de compra) como base para la elaboración de estrategias de marketing.

Una vez se entiendan los mecanismos que operan en el mercado y el entorno y se dominen las distintas herramientas que nos permiten su análisis, el diseñador gráfico deberá saber usar y entender las herramientas del marketing-mix, es decir, saber gestionar su política de producto y marca, distinguir las diferentes estrategias de fijación de precios y su aplicación, entender la importancia de la selección y evaluación de los diferentes canales de distribución y conocer la importancia de la comunicación como estrategia básica del marketing en el diseño gráfico, y teniendo en cuenta que la comunicación se reinventa constantemente y es necesario conocer tanto los nuevos canales: internet, telefonía móvil, redes sociales, etc. como no perder de vista los canales más clásicos: prensa, televisión, etc.

En resumen, el diseñador gráfico aprenderá a elaborar el plan de marketing y entender su importancia, primero como herramienta para su utilización en su vertiente empresarial, el diseñador como empresario. Y segundo, el diseñador como parte integrante del plan de marketing, no sólo en su faceta de comunicación, sino entendiendo el diseño cómo un hilo conductor de todo el proceso.

Diseñar requiere interpretar a la sociedad dentro de su contexto social, económico, cultural o psicológico, y traducir esta interpretación en productos y servicios que satisfagan plenamente las necesidades de los consumidores.

Descriptor de asignatura:

Técnicas de análisis de mercado aplicadas al diseño gráfico.

Comunicación y marketing del diseño gráfico.

Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

1.2 Coneixements previs *Conocimientos previos*

Requisits previs, mínims o necessaris per a cursar l'assignatura. Coneixements recomanats i/o relació amb altres assignatures de la mateixa titulació
Requisitos previos, mínimos o necesarios para cursar la asignatura. Conocimientos recomendados y/o relación con otras asignaturas de la misma titulación

Para cursar esta asignatura, el alumno debe cumplir con los requisitos académicos obligatorios exigidos para el acceso a los Títulos Superiores de Diseño (RD 1614/2009 modificado parcialmente por RD 21/2015).

No precisa, en principio, de otros conocimientos previos específicos, salvo un nivel básico de matemáticas.

2 Competències de l'assignatura Competencias de la asignatura

Les competències venen establides en els plans d'estudis publicats en la corresponent orde de 2 de novembre de 2011. Es convenient detallar el grau de contribució de l'assignatura a l'adquisició i desenvolupament de cada competència (molt, prou, un poc, poc)
Las competencias vienen establecidas en los planes de estudios publicados en la correspondiente orden de 2 de noviembre de 2011. Es conveniente detallar el grado de contribución de la asignatura a la adquisición y desarrollo de cada competencia (mucho, bastante, algo, poco)

La ORDEN 26/2011, de 2 de noviembre, de la Conselleria de Educación, Formación y Empleo, por la que se establecen y autorizan los planes de estudio de los centros de enseñanzas artísticas superiores de diseño dependientes del ISEACV establece el conjunto de competencias a las que en su consecución contribuye la asignatura:

2.1. Competencias generales

CG 7 Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares
CG 11 Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo
CG 17 Plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro de objetivos personales y profesionales
CG 18 Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos
CG20 Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.

2.2. Competencias específicas

CE13 Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño gráfico.
CE 14 Comprender el marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional, la seguridad y salud laboral y la propiedad intelectual e industrial

3 Resultats d'aprenentatge Resultados de aprendizaje

RESULTATS D'APRENTATGE RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPETÈNCIES RELACIONADES COMPETENCIAS RELACIONADAS
El alumno:	
R1- Investiga y determina la composición y estructura del mercado de diseño gráfico, así como los factores que influyen en él.	CG17, CG18, CE13, CE14
R2.-Analiza el comportamiento del consumidor y su proceso de decisión de compra.	CG17, CG18, CE13, CE14
R3.- Utiliza las herramientas del Marketing Mix y fija las estrategias a seguir.	CG17, CG18, CG20, CE14
R4.- Elabora y comunica un Plan de Marketing.	CG7, CG11, CG17, CG18, CG20,CE13, CE14

Nota important: Les competències estan expressades en un sentit genèric pel que és necessari incloure en la guia docent els resultats d'aprenentatge. Aquests resultats constitueixen una concreció d'una o diverses competències, fent explícit el grau de domini o acompliment que ha d'adquirir l'alumnat i contenen en la seua formulació el criteri amb el qual van a ser avaluades. Els resultats d'aprenentatge evidencien allò que l'alumnat serà capaç de demostrar en finalitzar l'assignatura o matèria i reflecteixen, així mateix, el grau d'adquisició de la competència o conjunt de competències.

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.

4 Continguts de l'assignatura i organització temporal de l'aprenentatge <i>Contenidos de la asignatura y organización temporal del aprendizaje</i>	
Descripció per blocs de contingut, unitats didàctiques, temes, ... <i>Descripción por bloques de contenido, unidades didácticas, temas,...</i>	Planificació temporal <i>Planificación temporal</i>
<ul style="list-style-type: none"> • UD 1. Introducción al marketing. • UD 2. El mercado y el entorno del diseño gráfico. • UD 3. Estrategias de marketing: el marketing-mix aplicado al diseño gráfico. • UD 4. El plan de marketing. 	Septiembre – Octubre Octubre – Noviembre Noviembre – Diciembre Diciembre – Enero

5 Activitats formatives Actividades formativas

5.1 Activitats de treball presencials Actividades de trabajo presenciales

ACTIVITATS ACTIVIDADES	Metodologia d'ensenyança-aprenentatge Metodología de enseñanza-aprendizaje	Relació amb els Resultats d'Aprenentatge Relación con los Resultados de Aprendizaje	Volum treball (en nº hores o ECTS) Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)
Classe presencial <i>Clase presencial</i>	Exposició de continguts per part del professor o en seminaris, anàlisi de competències, explicació i demostració de capacitats, habilitats i coneixements en l'aula. <i>Exposición de contenidos por parte del profesor o en seminarios, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.</i>	R1,R2,R3	20
Classes pràctiques <i>Clases prácticas</i>	Sessions de treball en grup supervisades pel professor. Estudi de casos, projectes, tallers, problemes, estudi de camp, aula d'informàtica, laboratori, visites a exposicions/concerts/representacions/ audicions..., cerca de dades, biblioteques, en Internet, etc. Construcció significativa del coneixement a través de la interacció i activitat de l'alumne. <i>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.</i> <i>Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno.</i>	R1,R2,R3,R4	50
Exposició treball en grup <i>Exposición trabajo en grupo</i>	Aplicació de coneixements interdisciplinaris. <i>Aplicación de conocimientos interdisciplinares.</i>	R4	7
Tutoria <i>Tutoría</i>	Atenció personalitzada i en grup reduït. Període d'instrucció i/o orientació realitzat per un tutor/a amb l'objectiu de revisar i discutir els materials i temes presentats en les classes, seminaris, tallers, lectures, realització de treballs, projectes, etc. <i>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.</i>		
Avaluació <i>Evaluación</i>	Conjunt de proves (audicions, orals i/o escrites) empleades en l'avaluació inicial, formativa o additiva de l'alumne. <i>Conjunto de pruebas (audiciones, orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial, formativa o aditiva del alumno.</i>	R1,R2,R3,R4	8
SUBTOTAL			85

5.2 Activitats de treball autònom Actividades de trabajo autónomo

ACTIVITATS ACTIVIDADES	Metodologia d'ensenyança-aprenentatge Metodología de enseñanza-aprendizaje	Relació amb els Resultats d'Aprenentatge Relación con los Resultados de Aprendizaje	Volum treball (en nº hores o ECTS) Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)
Treball autònom <i>Trabajo autónomo</i>	Estudi de l'alumne/a: preparació i pràctica individual de lectures, textos, interpretacions, assajos, resolució de problemes, projectes, seminaris, tallers, treballs, memòries,... per a exposar, interpretar o entregar durant les classes teòriques, classes pràctiques i/o tutories de grup reduït. <i>Estudio del alumno/a: preparación y práctica individual de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer, interpretar o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.</i>	R1,R2,R3,R4	40
Estudi pràctic <i>Estudio práctico</i>	Preparació en grup de lectures, textos, interpretacions, assajos, resolució de problemes, projectes, seminaris, tallers, treballs, memòries,... per a exposar, interpretar o entregar durant les classes teòriques, classes pràctiques i/o tutories de grup reduït. <i>Preparación en grupo de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer, interpretar o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.</i>	R4	25
Activitats complementàries <i>Actividades complementarias</i>	Preparació i assistència a activitats complementàries com tallers, exposicions, concerts, representacions, congressos, conferències,... <i>Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, exposiciones, conciertos, representaciones, congresos, conferencias,...</i>		
SUBTOTAL			65

TOTAL 150

6 Sistema d'avaluació i qualificació Sistema de evaluación y calificación

6.1 Instruments d'avaluació Instrumentos de evaluación

Proves escrites (proves objectives, de desenvolupament, mapes conceptuals,...), exposició oral, treballs dirigits, projectes, tallers, estudis de cas, quaderns d'observació, portafolio,...

Pruebas escritas (pruebas objetivas, de desarrollo, mapas conceptuales,...), exposición oral, trabajos dirigidos, proyectos, talleres, estudios de caso, cuadernos de observación, portafolio,...

INSTRUMENT D'AVALUACIÓ INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	Resultats d'Aprenentatge avaluats Resultados de Aprendizaje evaluados	Percentatge atorgat (%) Porcentaje otorgado (%)
<p>➤ Pruebas prácticas: Este ha de ser entendido como la capacidad del alumno de resolver ejercicios parecidos a los que el estudiante ha realizado durante el proceso de aprendizaje. Unos trabajos seleccionados y analizados con el fin de identificar, expresar y evaluar sus dificultades, destrezas, habilidades y carencias (de principio a fin), demostrando los aprendizajes adquiridos y las competencias desarrolladas. Ha de atender a los conocimientos previos que posee el estudiante sobre las actividades a desarrollar, al propio desarrollo de esas actividades y a una valoración de las mismas, prestando especial atención a la reflexión sobre las aportaciones y las dificultades encontradas.</p>	<p>R4 Se valorarán los siguientes indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contenido y estructuración: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Comprensión y expresión adecuada de los conceptos fundamentales. ✓ Argumentación y estructuración de las respuestas estableciendo relaciones entre los conceptos. ✓ Uso adecuado de vocabulario específico. ✓ Capacidad de análisis y de síntesis. ✓ Inclusión de todos los puntos acordados. ✓ Corrección en la estructura de los apartados. • Presentación formal: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Claridad expositiva. ✓ Organización, diseño y limpieza. ✓ Expresión adecuada: ortografía, sintaxis y nivel formal del lenguaje utilizado. 	<p>70%</p>
<p>➤ Pruebas teóricas: El examen podrá combinar preguntas "tipo test" con otras de "respuesta corta" o "de desarrollo".</p>	<p>R1,R2,R3 Se valorarán los siguientes indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dominio de los conocimientos teóricos y su uso adecuado para la resolución de tareas o situaciones prácticas. • Capacidad de análisis, comprensión y expresión adecuada (con particular atención a los errores sintácticos y ortográficos) de los conceptos fundamentales. • Capacidad de argumentación y de estructuración de las ideas, estableciendo relaciones entre las mismas. • Espíritu crítico en la presentación de los contenidos y la utilización del conocimiento teórico para la resolución de tareas o situaciones. 	<p>30%</p>

6.2 Criteris d'avaluació i dates d'entrega

Criterios de evaluación y fechas de entrega

Dado el carácter básico y obligatorio de la asignatura, la calificación del estudiante quedará necesariamente vinculada a su asistencia regular y al seguimiento del programa de formación de acuerdo con los siguientes criterios:

- El sistema de evaluación/calificación continua se aplicará cuando el alumno haya mostrado una asistencia, al menos, del 80% del tiempo dedicado a las actividades presenciales.
- El incumplimiento del apartado a) supondrá **la salida del sistema de evaluación continua**, si bien el alumno siempre tendrá derecho al resto de las convocatorias oficiales. En este caso, y junto con una prueba escrita en las fechas oficiales de las convocatorias, se podrá exigir al alumno la realización de los trabajos teóricos y/o prácticos necesarios para comprobar si ha alcanzado los resultados de aprendizaje señalados.
- La evaluación continua supondrá la suma de la nota obtenida en cada una de las pruebas siempre que en cada una de ellas se haya alcanzado el mínimo de 4 sobre 10.

En cualquier caso, el tema de las faltas de asistencia se ajustará a los criterios que establezca el Consejo de Dirección del ISEACV para el conjunto del Título de Grado en Diseño.

Los resultados obtenidos por el alumno en la asignatura se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal:

- 0-4,9: Suspenso (SS).
- 5,0-6,9: Aprobado (AP).
- 7,0-8,9: Notable (NT).
- 9,0-10: Sobresaliente (SB).

La mención de «Matrícula de Honor» (MH) podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

Para la consideración de "no presentado" (NP) en la calificación final, se requerirá que el alumno comunique por escrito al profesor su intención de no presentarse a la prueba teórico-práctica. El plazo para realizar dicha comunicación finalizará el día anterior al de realización de la prueba teórico-práctica.

Se considerará superada la asignatura si la suma de las notas obtenidas en los dos instrumentos de evaluación es igual o mayor de 5 sobre 10 cumpliendo el mínimo exigido en cada una de ellas.

6.3 Sistemes de recuperació

Sistemas de recuperación

Per a l'alumnat que ha suspès o no ha seguit el desenvolupament normal de les classes – criteris i dates d'entrega)
Para el alumnado que ha suspendido o no ha seguido el desarrollo normal de las clases – criterios y fechas de entrega)

La no obtención de cómo mínimo de un 5 según los criterios de evaluación continua del apartado anterior, el alumno siempre tendrá derecho a las convocatorias oficiales. En este caso, se realizará una prueba escrita y se podrá exigir al alumno la realización de los trabajos teóricos y/o prácticos necesarios para comprobar si ha alcanzado los resultados de aprendizaje señalados.

7 Bibliografia

Bibliografía

Bibliografía básica

- Armstrong, G., P. Kotler y otros (2011), *Introducción al Marketing*, 3ª Edición, Pearson, Madrid
- Principios de Marketing*, 12/e. Philip Kotler y Gary Armstrong, Pearson Prentice Hall, 2008.
- Santesmases, M. (2012): *Marketing. Conceptos y Estrategias*. 6ª Edición revisada. Pirámide, Madrid
- Sainz de Vicuña, J.M. (2011): *El Plan de marketing en la práctica*. 15º Edición. ESIC, Madrid.
- Montero, M.J.; Araque, R.A.; Gutiérrez, B. (2006): *Fundamentos de Marketing. Ejercicios y soluciones*. McGraw-Hill, Madrid.