



UNIVERSIDAD DE BURGOS

HISTORIA, GEOGRAFÍA Y COMUNICACIÓN, ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

GUÍA DOCENTE 2019-2020

Planes de comunicación y marketing del patrimonio

1. Denominación de la asignatura:

Planes de comunicación y marketing del patrimonio

Titulación

Máster Universitario en Patrimonio y Comunicación

Código

8164

2. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

Historia, Geografía y Comunicación, Economía y Administración de Empresas

3.a Profesor que imparte la docencia (Si fuese impartida por mas de uno/a incluir todos/as) :

Mar Chicharro Merayo (mdchicharro@ubu.es), Despacho 065, Facultad de Ciencias Económicas, 947499122, Esther Calderón Monge (ecalderon@ubu.es), Despacho 2073 Facultad Ciencias Económicas y Empresariales, 947258967; Carlos Alonso de Linaje García (cagarcia@ubu.es). CVs: <https://apps.ubu.es/profesorado/listado.php>

3.b Coordinador de la asignatura

Mar Chicharro Merayo

4. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

curso único, 1er Semestre

5. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria



6. Número de créditos ECTS de la asignatura:

3

7. Competencias que debe adquirir el alumno/a al cursar la asignatura

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.

CG2, Desarrollar la capacidad para la comunicación escrita, oral, audiovisual y digital, entre los profesionales de la comunidad académica o profesional y con el público, sabiendo identificar las formas y los canales más adecuados en la divulgación de los distintos patrimonios con viejos y nuevos medios de comunicación

CE2, Saber elaborar planes de comunicación y conocer estrategias de marketing para la difusión persuasiva del patrimonio, adquiriendo habilidades para detectar las necesidades y herramientas más apropiadas en cada situación.

8. Programa de la asignatura

8.1- Objetivos docentes

- Desarrollar habilidades para detectar necesidades de comunicación en el ámbito del patrimonio.
- Aprender a desarrollar planes de comunicación en este mismo terreno.
- Identificar y saber cómo usar las diferentes herramientas y acciones comunicativas para promocionar y difundir el patrimonio.
- Aplicar los conocimientos fundamentales de marketing al patrimonio para la elaboración de un producto de consumo con el fin de promocionarlo
- Proporcionar al alumno herramientas para poder diseñar y ejecutar estrategias de marketing
- Aprender a diseñar, elaborar, ejecutar y controlar un plan de marketing para el patrimonio

8.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)



Planes de comunicación

Tema 1. Detección de necesidades de comunicación en el ámbito del patrimonio: herramientas y metodología de trabajo.

Estudios de detección de necesidades. Técnicas de investigación social aplicadas al patrimonio.

Tema 2. Cómo elaborar un plan de comunicación en el ámbito del patrimonio.

Medios, herramientas y acciones de comunicación

Estrategias de marketing aplicadas al patrimonio

Tema 1. Diagnóstico del mercado en el marketing del patrimonio: Análisis del comportamiento y la experiencia del visitante

Tema 2. Estrategias de producto en el marketing del patrimonio: La formación de la oferta cultural

Tema 3. Estrategia de precios y promociones en el marketing del patrimonio: Captación de fondos

Tema 4. Estrategias de distribución del patrimonio

Tema 5. Diseño, elaboración, ejecución y control de un plan de marketing aplicado al patrimonio

8.3- Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Aljure, Andrés , (2016) El plan estratégico de comunicación , Barcelona , UOC,
Camarero Izquierdo, C. y Garrido Samaniego, M. J., (2004) Marketing del patrimonio cultural, Madrid, Pirámide,
Mondéjar Jiménez, J.A. y Gómez Borja, M. , (2009) Turismo cultural en ciudades Patrimonio de la Humanidad., Cuenca Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha,
Soria, María del Mar , (2017) La gestión estratégica de las relaciones públicas en las organizaciones sociales, Barcelona, UOC,
Tapia, Alejandro , (2015) Fundamentos de las relaciones públicas , Madrid , Prámide,
Villafañe, Justo , (1999) La gestión profesional de la imagen corporativa, Madrid , Pirámide ,



BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Andreu Corbatón, J. , (2014) Introducción a la gestión patrimonial, Madrid, Pirámide,

9. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:

Metodología	Competencia relacionada	Horas presenciales	Horas de trabajo	Total de horas
Clases teóricas con material de apoyo	CB7,CB8,CG2	20	0	20
Sesiones prácticas	CB7,CB8,CG2	7	0	7
Realización de trabajos o lecturas y aprendizaje autónomo del estudiante	CB7,CB8,CG2	0	40	40
Tutorías individuales o grupales	CB7,CB8,CG2	8	0	8
Total		35	40	75

10. Sistemas de evaluación:

La actividad central en torno a la que se evaluará el curso será un trabajo, muy ligado a los propios contenidos que se vayan impartiendo. El trabajo, cuyas características detalladas se señalarán en clase, consistirá en un Plan de comunicación y marketing aplicado a algún objeto/servicio de patrimonio. La presentación oral será una síntesis de ese trabajo.

Procedimiento	Peso
Asistencia y participación en el aula	15 %
Prácticas en el aula	15 %
Trabajo/s sobre contenidos de la materia	40 %
Trabajo/s sobre contenidos de la materia Presentación oral	30 %
Total	100 %



Evaluación excepcional:

El alumnado que, por razones excepcionales, no pueda seguir los procedimientos ordinarios de evaluación continua podrá solicitar acogerse en su lugar a la “Evaluación Excepcional” (Reglamento de Evaluación de la UBU, art. 9), mediante un escrito dirigido al Decano/a o Director/a de Centro con las razones que justifiquen dicha imposibilidad. La solicitud deberá cursarse antes del inicio del semestre lectivo o en las dos primeras semanas en las que se imparta de la asignatura. En caso de ser admitida dicha petición, el/la estudiante deberá realizar las tareas ya indicadas o las equivalentes que le pida el/la docente Coordinador/a de la asignatura, con quien deberá contactar antes para que le aclare las características de las pruebas.

11. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

- Método expositivo y lección magistral participativa
- Realización de actividades, ejercicios o talleres prácticos
- Apoyo de la plataforma virtual
- Exposiciones del alumnado en público
- Tutorías y seguimiento del alumnado

12. Calendarios y horarios:

<https://www.ubu.es/master-universitario-en-patrimonio-y-comunicacion>

13. Idioma en que se imparte:

Español