



GUÍA DOCENTE 2020-2021

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. Elaboración de planes de comunicación aplicados al patrimonio.

Preparando el plan.

Diagnóstico de la situación (externa e interna). Preparación del plan: análisis DAFO.

Definición de los objetivos del plan. Estudios de casos.

Tema 2. Elaboración de planes de comunicación en el ámbito del patrimonio. El plan de medios

Tácticas a implementar en el plan. Plan de medios. Cronograma. Presupuesto. Análisis de indicadores de evaluación del plan. Estudios de casos.

Marketing aplicado al patrimonio

Tema 3. 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 , Pirámide,

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 ejercicios o talleres prácticos
- Estudio de casos
- 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



MODELO PARA RECOGER LAS ADAPTACIONES/ADENDAS DE LAS GUÍAS DOCENTES 2020-2021		
TITULACIÓN	Máster en Patrimonio y Comunicación	
CURSO	2020-2021	
ASIGNATURA / CÓDIGO	Planes de comunicación y marketing del patrimonio / 8164	
SEMESTRE (1.º/2.º)	1º	
TIPO DE ASIGNATURA Y CRÉDITOS	Obligatoria	3
COORDINADOR/A	Mar Chicharro Merayo	
PROFESORADO	Mar Chicharro, Carlos Alonso de Linaje	
CAMBIOS EN LA METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE RESPECTO A LA GUÍA INICIALMENTE APROBADA PARA UN CONTEXTO DE PRESENCIALIDAD		
1. Por razones de reorganización de espacios y tiempos (paso del escenario A al B) <u>para aquellas materias que proceda</u> 2. Ante un eventual rebrote de la enfermedad con paso al escenario C, <u>para todas las materias</u> Todas las clases se realizarán virtualmente mediante Skype Empresarial y/o Microsoft Teams en el horario establecido por la coordinación del Máster.		
CAMBIOS EN LA ATENCIÓN TUTORIAL DE LOS ESTUDIANTES:		
1. Por razones de reorganización de espacios y tiempos (paso del escenario A al B) <u>para aquellas materias que proceda</u> 2. Ante un eventual rebrote de la enfermedad con paso al escenario C, <u>para todas las materias</u> Las tutorías se realizarán virtualmente mediante Skype Empresarial y/o Microsoft Teams, a solicitud previa del alumno/a a través de un email.		



CAMBIOS EN LOS SISTEMAS DE EVALUACIÓN (especifique los nuevos procedimientos y el peso relativo asignado a la calificación)
1. Por razones de reorganización de espacios y tiempos (paso del escenario A al B) <u>para aquellas materias que proceda</u>
2. Ante un eventual rebrote de la enfermedad con paso al escenario C, <u>para todas las materias</u> La asistencia y la participación en clase se contabilizará sin cambios respecto a la modalidad presencial. Las prácticas y los trabajos se contabilizarán sin cambios respecto a la modalidad presencial. Se mantiene el método de evaluación (procedimientos y peso de la calificación) planteado en la guía docente.
CALENDARIO DE PRUEBAS DE EVALUACIÓN NO PRESENCIAL (las pruebas presenciales se ajustarán al calendario establecido por los centros, pudiendo modificar el mismo si la evaluación no presencial utilizase otros procedimientos)
COMENTARIOS