



GUÍA DOCENTE 2022-2023

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, Elísabet Mora Pérez (emora@ubu.es), Despacho 2045 Facultad Ciencias Económicas y Empresariales, 947259029

3.b Coordinador de la asignatura

Elísabet Mora Pérez

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,

8.4- Acceso a la Bibliografía Recomendada desde Leganto

https://leganto.ubu.es/leganto/public/34BUC_UBU/lists?courseCode=8164&auth=SAML

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.

Los estudiantes de intercambio que no puedan asistir en las fechas oficiales a las pruebas establecidas por incompatibilidad con el calendario con sus universidades de origen podrán solicitar, previa justificación, procedimientos alternativos de evaluación.

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



UNIVERSIDAD DE BURGOS

HISTORIA, GEOGRAFÍA Y COMUNICACIÓN, ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

12. Calendarios y horarios:

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

13. Idioma en que se imparte:

Español