

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Comunicación y Marketing
Titulación	Grado en Diseño
Escuela/ Facultad	Arquitectura, Ingeniería y Diseño
Curso	Cuarto
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	Primer semestre
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	Alejandro Castilla Godoy

2. PRESENTACIÓN

Estos alumnos están en cuarto curso y en menos de nueve meses se van a enfrentar a problemas reales en mercado abierto. El aula se convierte en una agencia de Marketing Estratégico y enfrenta un reto real de un cliente concreto que viene al aula y al que vamos a visitar a sus oficinas. Este cliente espera de nosotros una solución que encierre un planteamiento global más allá de las disciplinas de diseño específicas de los alumnos, donde los conocimientos de la asignatura de Marketing aplicado a su reto le permitan mejorar su operación y crecer tras nuestra intervención.

La importancia de la materia dentro del plan de estudios es obvia, dado que un profesional del diseño debe desarrollar las competencias necesarias para comunicar de forma efectiva su trabajo y manejar las herramientas del marketing para ajustarse a las necesidades de su cliente.

Los objetivos de aprendizaje son:

- Comprender la función de la comunicación y el marketing dentro del proceso de diseño de un proyecto.
- Conocer los aspectos más relevantes de ambas disciplinas e interiorizarlos desde la práctica.
- Descubrir y valorar las fortalezas y debilidades que configuran la marca personal como aplicación de las disciplinas del marketing y la comunicación.

En la materia, por tanto, se desarrollarán las siguientes acciones específicas:

1. Identificar dentro de un proyecto donde interviene la comunicación y el marketing.
2. Analizar la función y valor de la comunicación y el marketing dentro de la creación de una propuesta de valor.

3. Conocer las técnicas de descubrimiento de cliente asociadas a Lean Startup y aplicarlas en el desarrollo de proyectos.
4. Incorporar las metodologías de Lean Startup para el desarrollo de plan de marketing.
5. Diseñar y poner en marcha un plan de marketing y comunicación asociado a un proyecto.
6. Aplicar los conocimientos del marketing y la comunicación en la configuración de la marca persona

Esta asignatura está inscrita en el módulo de DESARROLLO COMPETENCIAL EN EL ENTORNO SOCIAL Y PROFESIONAL.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB2: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

Competencias transversales:

- CT17: Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes.

Competencias específicas:

- CE16: Toma de decisiones: Capacidad para realizar una elección entre las alternativas o formas existentes para resolver eficazmente diferentes situaciones o problemas

Resultados de aprendizaje:

- RA9: Reconocer la importancia de la comunicación en el ejercicio profesional. Utilizar estrategias para comunicarse de manera efectiva, tanto de manera oral como escrita.
- RA10: Respetar las normas de comunicación en entornos multiculturales.
- RA 14. Mostrar habilidades de pensamiento crítico, creativo y reflexivo.
- RA 15. Comprender la dinámica de los grupos de trabajo y su gestión eficaz. Reconocer capacidades y destrezas en los demás para gestionar su desarrollo.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB2, CE16	RA9: Reconocer la importancia de la comunicación en el ejercicio profesional. Utilizar estrategias para comunicarse de manera efectiva, tanto de manera oral como escrita. RA 14. Mostrar habilidades de pensamiento crítico, creativo y reflexivo.

CT17	<p>RA10: Respetar las normas de comunicación en entornos multiculturales.</p> <p>RA 15. Comprender la dinámica de los grupos de trabajo y su gestión eficaz. Reconocer capacidades y destrezas en los demás para gestionar su desarrollo.</p>
------	---

4. CONTENIDOS

La materia se desarrolla a lo largo de una unidad de aprendizaje orientada a responder a las diferentes etapas del caso real a resolver:

- Comprendiendo el Modelo de Negocio. ¿Dónde estamos ahora?
- Comprendiendo el Modelo de Servicio. ¿Qué estamos ofreciendo?
- Comprendiendo al Cliente/Usuario. ¿Cómo se establece el vínculo?
- Definir objetivos ¿Qué queremos lograr?
- Elegir Públicos. ¿Qué personas nos ayudarán
- Estrategias y Tácticas. ¿Cómo llegaremos a ellos?
- Mensajes y Canales. ¿Qué dirás para cautivarles? ¿Dónde?
- Planificación. ¿Cuándo lo lograrás?
- Presupuesto. ¿Cuánto costará?
- Medición y resultados. ¿Lograrás el objetivo?

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistrales.
- Aprendizaje cooperativo.

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Asistencia y participación activa en las actividades	25h (presenciales)
Trabajos dirigidos, ejercicios prácticos y resolución de problemas	50h (44% presenciales)

Trabajo autónomo	50h (no presenciales)
Tutoría, seguimiento académico y evaluación	25h (presenciales)
TOTAL	150 h

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de Conocimiento	70-80%
Entrega de y/o presentación de trabajos	20-30 %

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás:

- Obtener 5 puntos sobre 10 en el conjunto de las calificaciones.
- Será obligatoria la presentación de la propuesta del proyecto.
- Para quien no los entregara en su momento por motivos debidamente justificados documentalmente. Se consideran justificados, por ejemplo: enfermedad con justificante médico, trabajo con justificante de la empresa que contrata, etc.
- El plagio o la copia implicarán el 0 en toda la sección en la que se produzca y una penalización de -3 puntos en la nota global.
- La falta de asistencia superior a un 50% implica el suspenso automático en la convocatoria ordinaria.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás:

- En la convocatoria extraordinaria se deberá asistir a las tutorías que tienen carácter obligatorio en julio y se deberán realizar los trabajos que en ese momento se encarguen.
- Se deberá entregar todo lo que el profesor encargue en las tutorías. La nota se basará en las entregas de todos los trabajos
- Obtener 5 puntos en el conjunto de las calificaciones.

- Será obligatorio la presentación del proyecto principal.
- Para quien no los entregara en su momento por motivos debidamente justificados documentalente. Se consideran justificados, por ejemplo: enfermedad con justificante médico, trabajo con justificante de la empresa que contrata, etc.
- El plagio o la copia implicaran el 0 en toda la sección en la que se produzca y una penalización de -3 puntos en la nota global.
- La falta de asistencia superior a un 50% implica el suspenso automático en la convocatoria ordinaria.
- No se admiten entregas fuera de plazo.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1	Semana 1 a 18
Actividad 2	Semana 1 a 18

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Baena, V. y Moreno, F. (2010). "Instrumentos de Marketing. Decisiones sobre Producto, Precio, Distribución, Comunicación y Marketing Directo". Editorial UOC.
- Jobber, D. y Fahy, J. (2007). "Fundamentos de Marketing". Editorial McGraw Hill, 2a edición.
- Ferrel, O. y Hartline, M. (2006). "Estrategia de marketing". Editorial Thomson (3a edición), México.
- Peter, J. P. y Olson, J. C. (2006). "Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing". Editorial McGraw Hill, México.
- Santesmases, M. (1999). "Marketing. Conceptos y estrategias". Editorial Pirámide, Madrid.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.