



Guía Docente				
Datos Identificativos				2023/24
Asignatura (*)	Comunicación e Márketing Cultural	Código	614552006	
Titulación	Máster Universitario en Patrimonio Cultural Dixital			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuádrimestre	Primeiro	Obrigatoria	5
Idioma	CastelánGalego			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	EmpresaSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Piñeiro Otero, María Teresa	Correo electrónico	teresa.pineiro@udc.es	
Profesorado	González Neira, Ana María Piñeiro Otero, Maria Teresa Rodríguez Fernández, María Magdalena Rodríguez Vázquez, Clide	Correo electrónico	ana.gneira@udc.es teresa.pineiro@udc.es magdalena.rodriguez@udc.es c.rodriguezv@udc.es	
Web				
Descrición xeral	A evolución do concepto de cultura e a súa relación cos modos de vida-interaccións dunha sociedade esixen unha revisión tanto da concepción da oferta cultural e do produto patrimonial como das formas, medios e estratexia para a súa xestión, experiencia e difusión. Neste sentido a materia ?Comunicación e mercadotecnia cultural? efectúa unha aproximación á composición e xestión da oferta cultural desde a perspectiva da mercadotecnia, a creación do produto cultura así como os medios, formas e estratexias comunicativas que poden amplificar a súa vivencia e alcance.			

Competencias do título	
Código	Competencias do título
A2	CON2-Coñecementos sobre a difusión e os usos públicos da historia e do patrimonio
A5	CON5-Coñecementos sobre creación e xestión de proxectos patrimoniais na contorna dixital
A10	CON10-Coñecementos sobre a comunicación cultural e marketing do patrimonio cultural
B1	HAB1-Ser capaz de establecer relacións para producir coñecemento no contorno da intelixencia dixital
B5	HAB5-Ser capaz de elixir e presentar os resultados de proxectos de todo tipo relacionados coa xestión do patrimonio dixital
B6	DES1-Ser capaz de manexar ferramentas tecnolóxicas e informáticas aplicadas á dixitalización do patrimonio
C1	CB1. Posuír e comprender coñecementos que aporten unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a miúdo nun contexto de investigación
C2	CB2. Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa sá área de estudo
C4	CB4. Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións ?e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan? a públicos especializados e non especializados dun modo claro e sen ambigüidades
C5	CB5. Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun modo que terá que ser en grande medida autodirixido ou autónomo
C8	CG3. Utilizar adecuadamente as ferramentas tecnolóxicas necesarias para a adquisición, procesado, xestión e difusión do patrimonio cultural dixital
C9	CG4. Integrar destrezas de comunicación orientadas ao marketing cultural en contornos emprendedores
C10	CG5. Traballar en equipos interdisciplinares en ámbitos empresariais de mercado e institucionais de xestión cultural
C11	CG6. Crear contidos orixinais no ámbito do patrimonio cultural unindo coñecementos humanísticos e tecnolóxicos.
C12	CT1. Adaptar o uso e transferencia do coñecemento a novas situacións derivadas do cambio tecnolóxico
C13	CT2. Facer fronte de forma activa á resolución de problemas no contorno social e de mercado.
C14	CT3. Adquirir un compromiso ético coas diversas formas de comunicación en contornos dixitais.

Resultados da aprendizaxe
---------------------------



Resultados de aprendizaxe	Competencias do título		
Coñecer e reflexionar sobre a difusión e usos públicos da historia e do patrimonio	AP2 AP5 AP10		CP5 CP14
Coñecer e aplicar a comunicación cultural e a comercialización do patrimonio	AP2 AP5 AP10	BP1 BP6	CP1 CP2 CP4 CP5 CP8 CP10 CP12 CP13
Crear e xestionar proxectos patrimoniais no ámbito dixital	AP2 AP5 AP10	BP1 BP5 BP6	CP1 CP2 CP4 CP8 CP9 CP10 CP11 CP12 CP13 CP14

Contidos	
Temas	Subtemas
1. Introducción á comunicación cultural e a mercadotecnia do patrimonio cultural en contornas tradicionais e dixitais.	A formación e xestión dunha oferta cultural.  A difusión cultural e o seu valor como política de conservación preventiva.  A divulgación do patrimonio cultural en diferentes plataformas.
2. A xestión do patrimonio cultural vista desde a mercadotecnia estratéxica e operativa	
3. Composición e xestión da oferta cultural. O produto patrimonial.	
4. A importancia da comunicación do patrimonio cultural: obxectivos e beneficios esperados.	
5. A divulgación cultural como garante da accesibilidade universal á cultura. O relato divulgativo.	
6. Casos de éxito da aplicación do relato divulgativo a plataformas tradicionais e dixitais.	

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A2 A5 A10 B1 B6 C1 C2 C4 C12 C13	15	15	30



Obradoiro	A5 A10 B1 B5 C5 C8 C9 C10 C11 C12 C13 C14	20	20	40
Traballos tutelados	A10 A5 B1 B5 B6 C1 C2 C4 C8 C9 C10 C11 C12 C13 C14	1	42	43
Proba obxectiva	A2 A5 A10 B1 C1 C5 C14	1	10	11
Atención personalizada		1	0	1

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	<p>Clase expositiva ilustrada con exemplos. Complementarase con materiais e contidos audiovisuais e multimedia, que se porán a disposición do alumnado a través do campus virtual.</p> <p>Nas sesións maxistrais intercalaranse test, para determinar coñecementos e erros frecuentes na comprensión do material teórico, actividades orientadas a reforzar e facilitar a comprensión da materia, así como discusións dirixidas, que esixan ao estudiantado mostrar a adquisición de conceptos e coñecementos crave da materia.</p> <p>Naqueles casos en que devanditas actividades se establecesen como traballo autónomo fose da aula, empregaranse fórmulas de seguimento para determinar o grao de cumprimento da tarefa. Nestes casos as sesións maxistrais poderanse destinar á posta en común das tarefas ou a súa corrección colaborativa.</p>
Obradoiro	<p>Desenvolvemento de diferentes actividades de carácter práctico cuxo obxecto é pór en relevo todos os coñecementos sobre a comunicación e mercadotecnia cultural, tratados durante as clases expositivas. Estas actividades están orientadas ao desenvolvemento dun plan de mercadotecnia e estratexia de comunicación (proxecto final ou traballo tutelado).</p> <p>A entrega de devanditas prácticas efectuarase de forma habitual ao finalizar a clase ou, de non ser o caso, no tempo e forma que sinala a docente.</p>
Traballos tutelados	<p>Ideación e desenvolvemento, en pequenos grupos, dun plan de mercadotecnia e unha estratexia de comunicación dixital dun produto cultural/patrimonial. Este traballo implica tamén a presentación-discusión do proxecto, de forma oral, así como a xustificación-discusión das decisións adoptadas, e a proposta-formulación de dúbidas a outros grupos.</p>
Proba obxectiva	<p>Exame de preguntas breves (poderían integrarse preguntas tipo test, de completar ou verdadeiro-falso), do contido teórico da materia.</p>

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Obradoiro Traballos tutelados	<p>O desenvolvemento de cada unha destas actividades contará con atención personalizada e continuada tanto na aula como fóra dela, co obxecto de apoiar ou reconducir a planificación ou execución de cada un dos traballos e liquidar as dúbidas oportunas.</p> <p>No caso do proxecto final que detenta unha maior carga de traballo autónomo, o seguimento destas actividades efectuarase nas clases prácticas sinaladas para tal fin, así como en tutorías personalizadas a demanda do/a estudante ou do seu equipo de traballo.</p>

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Proba obxectiva	A2 A5 A10 B1 C1 C5 C14	<p>Desenvolvemento dun exame de preguntas breves sobre os contidos teóricos.</p> <p>Para superar a materia é preciso superar o exame (obter un mínimo de 15 puntos).</p>	30



Sesión maxistral	A2 A5 A10 B1 B6 C1 C2 C4 C12 C13	A asistencia e participación (activa) ás clases de teoría, así como a atención ás cuestións tratadas nestes, dentro do proxecto final, terán unha valoración de até un punto na nota final.	10
Obradoiro	A5 A10 B1 B5 C5 C8 C9 C10 C11 C12 C13 C14	As prácticas de obradoiro contan cunha valoración máxima de 2 puntos na nota final. A súa avaliación vai depender do número de prácticas entregadas en tempo e forma, así como da calidade dos traballos.  Para o cómputo das prácticas de obradoiro o/a estudante ten que asistir, desenvolvido e entregado -polo menos- o 80% do prácticas tipo taller (prácticas laboratorio).  Só se admitirán as prácticas entregadas en tempo e forma. O incumprimento destes requerimentos implicará a anulación da entrega e, por tanto, da súa valoración (zero puntos).	20
Traballos tutelados	A10 A5 B1 B5 B6 C1 C2 C4 C8 C9 C10 C11 C12 C13 C14	De realización grupal.  Conta cunha valoración máxima de 40 puntos. Parte desta nota (até 10 puntos) virá determinada pola presentación oral do traballo.  Só se admitirán traballos entregados en tempo e forma. Aqueles traballos que non cumpran estes requerimentos obterán unha valoración de 0 puntos.	40

#### Observacións avaliación

Coa proposta de cada traballo e/ou actividade a/s profesora/s explicarán detalladamente o contido e normas formais, así como o tipo de soporte e data de entrega. Para superar a materia o/a estudante deberá obter un mínimo de 5 na puntuación global (50 puntos), sendo preciso aprobar ambas as partes (polo menos, 15 puntos no exame teórico e 30 entre obradoiro e traballos tutelados). Neste cómputo non se inclúen os exercicios non orixinais do/a estudante, así como tampouco aqueles traballos entregados fóra de prazo ou nun formato diferente ao indicado. Dada que unhas das competencias da materia é "Traballar en equipos interdisciplinares" (C10) na avaliación prevese a integración dalgún factor de corrección para aqueles grupos que non funcionen como equipo. No caso do alumnado a tempo parcial ou con dispensa académica de exención de asistencia a avaliación das prácticas de laboratorio (taller 20% da nota) levará a cabo a través do traballo tutelado (que pasa a computar o 60% da nota, incluído un 10% de presentación) sendo preciso establecer entregas e fórmulas de seguimento coa/s docente/s. No caso da clase maxistral, dada a esencia presencial e participativa prevista para esta metodoloxía, é necesaria a asistencia para o seu cómputo (até un máximo de 10% da nota). No caso de que se detecte a realización fraudulenta de probas ou actividades de avaliación, debidamente comprobada, implicará un suspenso (nota numérica 0) na materia da convocatoria correspondente do curso académico, tanto si a comisión da falta prodúcese na primeira oportunidade como na segunda. Para isto, procederase a modificar a súa cualificación na acta da primeira oportunidade, se fose necesario. Aqueles/as estudantes que na avaliación continua (primeira convocatoria) non superen a materia, na segunda convocatoria deberían presentarse unicamente coa parte suspensa. No caso de que se suspendeu a parte práctica o/a estudante, debería desenvolver novamente o proxecto final, de forma individual, atendendo ás temáticas-indicacións que para a SEGUNDA CONVOCATORIA sinalen as docentes. Este proxecto tería un valor de 6 puntos na nota final, 1 punto derivado da presentación-defensa oral do proxecto. No caso de que, aínda superando ambas as partes o/a estudante non consiga aprobar a materia deberá porse en contacto coas docentes da materia para abacelar que parte ou partes debería repetir e como.

#### Fontes de información



<b>Bibliografía básica</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Leal Jiménez, Antonio; Quero Gervilla, M<sup>a</sup> José (2011). Manual de marketing y comunicación cultural.. Universidad de Cádiz</li><li>- Camarero Izquierdo, Carmen; Garrido Samaniego, M<sup>a</sup> José (2004). Marketing del patrimonio cultural. Pirámide, ESIC</li><li>- Ibanez, Juan A. (2015). El Museo 2. 0. La Comunicación y el Marketing de las Artes y la Cultura: El Nuevo Papel de los Periodistas y Dircoms. Icom 360 Ediciones</li><li>- Santos M. Mateos Rusillo (coord.) (2008). La comunicación global del patrimonio cultural icono barra herramientas. Trea</li></ul> <p>A través do campus virtual brindarase ao alumnado outras referencias específicas e actualizadas de cada apartado concreto. Ademais doutros contidos textuais e multimedia de interese para complementar o estudo da materia.</p>
<b>Bibliografía complementaria</b>	

## Recomendacións

### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Patrimonio: Concepto e Fundamento Histórico/614552001

### Materias que se recomenda cursar simultaneamente

### Materias que continúan o temario

Produtos Interactivos e Xestión de Redes Sociais/614552019

### Observacións

(\*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías