



Guía Docente

| Datos Identificativos | | | | |
|-----------------------------------|---|--------------------|---|----------|
| Asignatura (*) | | | 2024/25 | |
| Comunicación e Márketing Cultural | | Código | 614552006 | |
| Titulación | | | | |
| Descritores | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos |
| Mestrado Oficial | 1º cuatrimestre | 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, María 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 / Resultados do título

| Código | Competencias / Resultados do título |
|--------|-------------------------------------|
|--------|-------------------------------------|

Resultados da aprendizaxe

| Resultados de aprendizaxe | Competencias / Resultados 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. | |

| Planificación | | | | |
|------------------------|--|---|-------------------------|--------------|
| Metodoloxías / probas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas 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 | A5 A10 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 | 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. 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. 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. |
| Obradoiro | 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). A entrega de devanditas prácticas efectuarase de forma habitual ao finalizar a clase ou, de non ser o caso, no tempo e forma que sinale a docente. |



| | |
|---------------------|---|
| Traballos tutelados | 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. |
| Proba obxectiva | Exame de preguntas breves (poderían integrarse preguntas tipo test, de completar ou verdadeiro-falso), do contido teórico da materia. |

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 / Resultados | Descrición | Cualificación |
|---------------------|--|--|---------------|
| Proba obxectiva | A2 A5 A10 B1 C1 C5 C14 | Desenvolvemento dun exame de preguntas breves sobre os contidos teóricos. Para superar a materia é preciso superar o exame (obter un mínimo de 15 puntos). | 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 | <p>As prácticas de obradoiro contan cunha valoración máxima de 2 puntos na nota final.</p> <p>A súa avaliación vai depender do número de prácticas entregadas en tempo e forma, así como da calidade dos traballos.</p> <p>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).</p> <p>Só se admitirán as prácticas entregadas en tempo e forma.</p> <p>O incumprimento destes requerimentos implicará a anulación da entrega e, por tanto, da súa valoración (zero puntos).</p> | 20 |
| Traballos tutelados | A5 A10 B1 B5 B6 C1 C2 C4 C8 C9 C10 C11 C12 C13 C14 | <p>De realización grupal.</p> <p>Conta cunha valoración máxima de 40 puntos. Parte desta nota (até 10 puntos) virá determinada pola presentación oral do traballo.</p> <p>Só se admitirán traballos entregados en tempo e forma. Aqueles traballos que non cumpran estes requerimentos obterán unha valoración de 0 puntos.</p> | 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 suspenso. 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

| | |
|------------------------------------|---|
| Bibliografía básica | <ul style="list-style-type: none">- Leal Jiménez, Antonio; Quero Gervilla, M^a José (2011). Manual de marketing y comunicación cultural.. Universidad de Cádiz- Camarero Izquierdo, Carmen; Garrido Samaniego, M^a José (2004). Marketing del patrimonio cultural. Pirámide, ESIC- 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- Santos M. Mateos Rusillo (coord.) (2008). La comunicación global del patrimonio cultural icono barra herramientas. Trea <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> |
| Bibliografía complementaria | |

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