

Dirección Xeral de Educación, Formación Profesional e Innovación Educativa
Rede de Escolas de Arte e Superiores de Deseño de Galicia

Guía docente

Título superior de deseño

Especialidade: Gráfico

Disciplina: Mercadotecnia e comunicación

Índice

1	Identificación e contextualización.....	3
2	Descrición da disciplina.....	3
	2.1. Descritores.....	3
	2.2. Relación con outras disciplinas de contidos progresivos.....	3
	2.3. Interese da disciplina para a consecución dos obxectivos da titulación.....	3
	2.4. Metodoloxía.....	4
3	Obxectivos.....	5
4	Competencias que se desenvolven na disciplina.....	5
	4.1. Competencias transversais.....	5
	4.2. Competencias xerais.....	5
	4.3. Competencias específicas da titulación.....	5
5	Organización dos contidos.....	5
	5.1. Contidos.....	5
	5.2. Organización.....	6
6	Procedemento de avaliación.....	6

1 Identificación e contextualización

Datos da disciplina					
Escolas	EASD Pablo Picasso – A Coruña				
Web escolas	www.eapicasso.com				
Mail escolas	escola.arte.pablo.picasso@edu.xunta.es				
Materia	Optativas				
Disciplina	Mercadotecnia e comunicación				
Carácter	Optativa (Op.)	Tipo	Teórico-práctica (T.P.)	Duración	Anual (150 h.)
Curso	3º			Créditos ECTS	6
Horas de clase semanais		2 (72 totais)			
Horas de traballo non presencial		72			
Horas de tutoría		6			

2 Descrición da disciplina

2.1. Descritores

- Natureza e alcance da mercadotecnia.
- Variables da mercadotecnia.
- A estratexia de mercadotecnia.
- Principios da comunicación.
- Elementos do proceso comunicativo.
- A estratexia de comunicación.

2.2. Relación con outras disciplinas de contidos progresivos

Esta disciplina non ten relación con outras de contidos progresivos.

2.3. Interese da disciplina para a consecución dos obxectivos da titulación

Comprender os fundamentos da mercadotecnia e a súa relación coa elaboración de estratexias de comunicación efectivas.

2.4. Metodoloxía

Actividades introdutorias

Explicación aos alumnos/as do desenvolvemento da materia ao longo do curso, incidindo nas competencias e nos contidos que se traballan, a metodoloxía e o sistema de avaliación.

Exposición maxistral

Explicación por parte do profesorado na aula dos contidos dos temas ou unidades didácticas enumeradas.

Prácticas presenciais

Resolución por parte do alumnado dos exercicios prácticos propostos en cada tema, a partires dos contidos teóricos.

Prácticas non presenciais

Resolución por parte do alumnado das actividades e problemas propostos nalgúns temas mediante traballos autoxestionados onde completará os coñecementos teórico-prácticos.

Exposición e debate

Exposición e defensa por parte do alumnado de algún dos traballos realizados o longo do curso.

Titorías docentes

A súa finalidade é resolver dúbidas, tutelar e coordinar as prácticas.

Actividades de avaliación

- **Formativa.**
 - Comprende o funcionamento cognitivo fronte as tarefas.
 - Adaptar os procesos aos progresos e dificultades.
- **Sumativa.**
 - Comprobar si se adquiriron as competencias previas.

- Establecer balances dos resultados.

Actividades complementarias

Actividades realizadas para complementar a formación, academicamente dirixidas, relacionadas cos contidos e realizadas no centro ou fora del.

3 Obxectivos

Acadar as competencias transversais, xerais e específicas da titulación durante o desenvolvemento da disciplina.

4 Competencias que se desenvolven na disciplina

4.1. Competencias transversais

- T.1. Organizar e planificar o traballo de forma eficiente e motivadora.
- T.2. Recoller información significativa, analizala, sintetizala e xestionala adecuadamente.
- T.3. Solucionar problemas e tomar decisións que respondan aos obxectivos do traballo que se realiza.
- T.8. Desenvolver razoada e críticamente ideas e argumentos.
- T.12. Adaptarse, en condicións de competitividade, aos cambios culturais, sociais e artísticos e aos avances que se producen no ámbito profesional e seleccionar as canles adecuadas de formación continuada.
- T.14. Dominar a metodoloxía de investigación na xeración de proxectos, ideas e solucións viables

4.2. Competencias xerais

- X.3. Establecer relacións entre a linguaxe formal, a linguaxe simbólica e a funcionalidade específica.
- X.5. Actuar como mediadores/as entre a tecnoloxía e a arte, as ideas e os fins, a cultura e o comercio.
- X.6. Promover o coñecemento dos aspectos históricos, éticos, sociais e culturais do deseño.
- X.8. Propoñer estratexias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funcións, necesidades e materiais.
- X.9. Investigar nos aspectos intanxibles e simbólicos que inciden na calidade.
- X.11. Comunicar ideas e proxectos aos/ás clientes/as, argumentar razoadamente, saber avaliar as propostas e canalizar o diálogo.

- X.13. Coñecer o contexto económico, social e cultural no que ten lugar o deseño.
- X.18. Optimizar a utilización dos recursos necesarios para alcanzar os obxectivos previstos.
- X.19. Demostrar capacidade crítica e saber formular estratexias de investigación.

4.3. Competencias específicas da titulación

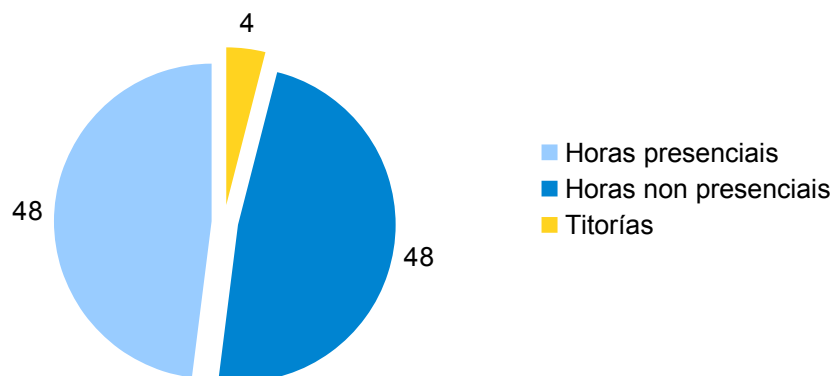
- E.4. Dominar os procedementos de creación de códigos comunicativos.
- E.5. Establecer estruturas organizativas da información.
- E.8. Coñecer as canles que sirvan de soporte á comunicación visual e utilízalas conforme aos obxectivos comunicativos do proxecto

5 Organización dos contidos

5.1. Contidos

- Natureza e alcance da mercadotecnia.
- Variables da mercadotecnia.
- A estratexia de mercadotecnia.
- Principios da comunicación.
- Elementos do proceso comunicativo.
- A estratexia de comunicación.

5.2. Organización



6 Procedemento de avaliación

A ensinanza é de carácter presencial e asistencia obrigatoria.

A avaliación é continua e o alumno/a disporá de dúas convocatorias por ano académico, ordinaria e extraordinaria.