



DATOS IDENTIFICATIVOS

Empresa: Mercadotecnia de produtos audiovisuais e multimedia

Materia	Empresa: Mercadotecnia de produtos audiovisuais e multimedia			
Código	P04G070V01401			
Titulación	Grao en Comunicación Audiovisual			
Descritores	Creditos ECTS 6	Sinale FB	Curso 2	Cuadrimestre 2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Dopico Parada, Ana Isabel			
Profesorado	Dopico Parada, Ana Isabel			
Correo-e	adopico@uvigo.es			
Web	http://www.csc.uvigo.es/index.php/grao-en-publicidade-e-relacions-publicas			
Descrición xeral	O obxectivo desta materia é que o alumno sente as bases conceptuais do marketing sobre as que construír a comunicación comercial dunha empresa ou produto audiovisual e multimedia.			

Competencias de titulación

Código	
A11	Coñecemento das estratexias de comunicación persuasiva nos mercados audiovisuais
A15	Coñecementos básicos para situar a actividade audiovisual nun contexto de competencia local, nacional e internacional, destacando as técnicas comerciais, de promoción, venda e distribución de producións audiovisuais, así como o fomento da actividade emprendedora e do concepto de empresa como unidade básica de produción audiovisual
A28	Capacidade para a identificación dos procesos e técnicas implicadas na dirección e xestión de empresas audiovisuais na súa estrutura industrial: produción, distribución e exhibición, así como de interpretar datos estatísticos do mercado audiovisual. Nesta competencia inclúese a xestión e organización dos equipos humanos para a produción audiovisual existente
A41	Habilidade para expoñer de forma adecuada os resultados dos traballos académicos de xeito oral ou por medios audiovisuais ou informáticos consonte os cánones das disciplinas da comunicación
A42	Capacidade para definir proxectos persoais de creación innovadora que poidan contribuír ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes audiovisuais ou á súa interpretación
B1	Capacidade de adaptación aos cambios tecnolóxicos, empresariais ou organigramas laborais
B2	Capacidade de traballo en equipo e de comunicación das propias ideas mediante a creación dun ambiente propicio, así como capacidade para integrarse nun proxecto común encamiñado á obtención de resultados
B3	Capacidade para asumir riscos: capacidade para asumir riscos expresivos e temáticos, aplicando solucións e puntos de vista persoais no desenvolvemento dos proxectos
B4	Toma de decisións: capacidade para acertar ao elixir en situacións de incerteza, asumindo responsabilidades
B5	Práctica sistemática de autoavaliación crítica de resultados: valoración da importancia de corrixir e axustar constantemente os erros cometidos nos procesos creativos ou organizativos
B6	Orde e método: habilidade para a organización e temporalización das tarefas, realizándoas de xeito ordenado adoptando con lóxica as decisións prioritarias nos diferentes procesos de produción audiovisual
B7	Conciencia solidaria: respecto solidario polas diferentes persoas e pobos do planeta, polos valores universais de educación, cultura, paz e xustiza, e polos dereitos humanos, a igualdade de oportunidades e a non discriminación de mulleres e persoas con discapacidade
B8	Sensibilidade, respecto e necesidade de conservación do patrimonio cultural e audiovisual de Galicia e do mundo

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
---------------------------------	---------------------------------------

Coñecemento do proceso de comercialización dun produto audiovisual ou multimedia.	A11	
Coñecementos básicos para situar a actividade audiovisual nun contexto de competencia local, nacional e internacional, destacando as técnicas comerciais, de promoción, venda e distribución de producións audiovisuais, así como ao fomento da actividade emprendedora e do concepto de empresa como unidade básica de produción audiovisual.	A15	
Capacidade para a identificación dos procesos e técnicas implicadas na dirección e xestión de empresas audiovisuais na súa estrutura industrial: produción, distribución e exhibición, así como de interpretar datos estatísticos do mercado audiovisual.	A28	
Habilidade para expoñer de forma adecuada os resultados dos traballos académicos de xeito oral ou por medios audiovisuais ou informáticos conforme aos cánones das disciplinas da comunicación.	A41	
Capacidade para definir proxectos persoais de creación innovadora dirixidos ao mercado audiovisual.	A42	
Capacidade para adaptarse aos cambios tecnolóxicos, traballar en equipo, asumir riscos, tomar decisións, criticar os resultados, organizar e temporalizar tarefas, desenvolver unha conciencia solidaria e de responsabilidade social.		B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8

Contidos

Tema		
1. INTRODUCCIÓN AO CONCEPTO DE MARKETING	1.1. Definición e conceptos básicos de marketing. 1.2. A xestión do marketing na empresa. 1.3. A evolución da función comercial. 1.4. As extensións do marketing. 1.5. O marketing relacional.	
2. A PLANIFICACIÓN ESTRATÉXICA.	2.1. A planificación estratéxica de marketing. 2.2. O plan de marketing.	
3. A CONTORNA DE MARKETING E A INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.	3.1. Definición e análise da contorna de marketing no sector audiovisual. 3.2. A Investigación de Mercados: Concepto e aplicación no sector audiovisual.	
4. O MERCADO	4.1. O mercado e a demanda. 4.2. O comportamento do consumidor. 4.3. A segmentación de mercados.	
5. O PRODUTO	5.1. O concepto de produto. 5.2. Tipología de produtos. 5.3. Atributos determinantes e diferenciadores do produto: a marca audiovisual. 5.4. O posicionamiento do produto. 5.5. O ciclo de vida do produto.	
6. O PREZO.	6.1. O concepto do prezo. 6.2. Métodos de fijación de prezos. 6.3. Estratexias de prezos.	
7. A DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	7.1. Concepto de canle de distribución, papel e funcións da distribución comercial. 7.2. Deseño dunha canle de distribución. 7.3. Os intermediarios na canle: mayoristas e minoristas. 7.4. As singularidades da distribución no sector audiovisual e multimedia.	
8. A COMUNICACIÓN COMERCIAL	8.1. O proceso de comunicación comercial. 8.2. O mix de comunicación: Publicidade, RR.PP, patrocinio, publicity, promoción de vendas e venda persoal. 8.3. Estratexias de comunicación.	

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Actividades introdutorias	2	0	2
Sesión maxistral	30	60	90
Traballos de aula	10	16	26
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	6	24	30
Probas de resposta curta	2	0	2

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

Metodoloxía docente	
	Descrición
Actividades introdutorias	Actividades encamiñadas a tomar contacto e reunir información sobre o alumnado, así como a presentar a asignatura.
Sesión maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos da materia obxecto de estudo, así como as bases teóricas.
Traballos de aula	O estudante desenvolve exercicios ou estudos de casos baixo as directrices e supervisión do profesor.
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Actividade na que se suscitan exercicios, casos prácticos, lecturas, etc que serán realizados de xeito autónomo polos alumnos fora da aula e debatidos posteriormente en clase.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	As tutorías serán de 6 horas semanais no horario e lugar que se concretará a principio de curso. Nelas o profesor, de forma individual ou en grupos pequenos, atenderá as necesidades e consultas do alumnado relacionadas co estudo e/ou temas vinculados coa materia, proporcionándolle orientación, apoio e motivación no proceso de aprendizaxe. Estas tutorías son voluntarias para o alumno. Así mesmo utilizarase a plataforma FAITIC como mecanismo fundamental de apoio á docencia e de comunicación co alumnado. Por iso, é imprescindible que todos os alumnos matriculados se den de alta canto antes no sistema.
Traballos de aula	As tutorías serán de 6 horas semanais no horario e lugar que se concretará a principio de curso. Nelas o profesor, de forma individual ou en grupos pequenos, atenderá as necesidades e consultas do alumnado relacionadas co estudo e/ou temas vinculados coa materia, proporcionándolle orientación, apoio e motivación no proceso de aprendizaxe. Estas tutorías son voluntarias para o alumno. Así mesmo utilizarase a plataforma FAITIC como mecanismo fundamental de apoio á docencia e de comunicación co alumnado. Por iso, é imprescindible que todos os alumnos matriculados se den de alta canto antes no sistema.
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	As tutorías serán de 6 horas semanais no horario e lugar que se concretará a principio de curso. Nelas o profesor, de forma individual ou en grupos pequenos, atenderá as necesidades e consultas do alumnado relacionadas co estudo e/ou temas vinculados coa materia, proporcionándolle orientación, apoio e motivación no proceso de aprendizaxe. Estas tutorías son voluntarias para o alumno. Así mesmo utilizarase a plataforma FAITIC como mecanismo fundamental de apoio á docencia e de comunicación co alumnado. Por iso, é imprescindible que todos os alumnos matriculados se den de alta canto antes no sistema.

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Traballos de aula	Traballos, debates, exercicios, casos prácticos e lecturas que serán realizados polo alumno de xeito individual ou en grupo durante as clases prácticas. Co obxectivo de incentivar o traballo de xeito regular e continuo do alumno na materia, valorarase, mediante unha observación cuantificada, a asistencia e participación activa nas sesións prácticas. A puntuación total de este epígrafe (1punto) divídese entre o número total de sesións efectivas que se leven a cabo. Os criterios para a puntuación son os seguintes: □ O alumno obterá a nota máxima para cada sesión cuando asista a ésta de xeito completo e con proveitamento. A asistencia ás sesións prácticas é obrigatoria polo que para poder obter a puntuación o alumno debe asistir como mínimo ao 80% das sesións. □ Cando o alumno non asista a alguna destas sesións por causa xustificada e comprobable, terá opción de recuperar a puntuación correspondente mediante a presentación dun exercicio compensatorio que en cada caso determinará o docente. Cada un dos exercicios terá unha semana de prazo para a súa resolución e entrega. Non se admitirá ningún exercicio compensatorio entregado fora de prazo. A xustificación das ausencias deberá vir determinada por un certificado laboral, un parte médico u outro documento acreditativo pertinente e a súa admisión dependerá do docente. Tales documentos terán que ser entregados ó profesor previamente á falta, cando seña posible, ou na clase posterior. Non se admitirán xustificantes entregados despois dunha semana da falta (salvo casos de períodos non lectivos) ou unha semana despois da incorporación do alumno no caso dunha baixa médica. □ A entrega de exercicios compensatorios recuperará na súa totalidade ou en parte a puntuación correspondente á sesión perdida, en función da calidade do exercicio e o momento da entrega.	10
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Probas que se poñen en marcha nas clases prácticas e serán desenvolvidas de xeito autónomo polo alumno e fora da aula. Nelas debe solucionar unha serie de exercicios no tempo e condicións establecidas polo profesor. A puntuación total de este epígrafe (2 puntos) divídese entre o número total de exercicios que se planteen. Estos exercicios deberán subirse a FAITIC e o prazo de entrega será o determinado polo profesor.	20

Outros comentarios sobre a Avaliación

Esta materia impártese en réxime PRESENCIAL polo que os alumnos deben asistir ás sesións teóricas e prácticas no horario establecido polo centro. Isto supón que o único sistema de avaliación é o contemplado nesta guía.

O sistema de avaliación da materia apóiase en dous elementos:

1. Superación da parte práctica, coa realización das actividades programadas, a asistencia ás clases e a participación nas mesmas. (3 puntos)
2. Superación da parte teórica, mediante un exame escrito que se realizará na data sinalada polo centro. (7 puntos). Para aprobar a materia é necesario aprobar este exame.

CONVOCATORIA DE XULLO / EXTRAORDINARIA

1. A forma de avaliación na segunda edición das actas (convocatoria de xullo) é a mesma que na primeira edición (convocatoria de xaneiro). Así a cualificación da parte práctica conservárase en todas as convocatorias dese curso académico.
2. Se a materia non é superada neste curso, o alumno deberá cursala novamente adaptándose á guía docente que estea vixente no curso académico en cuestión e, polo tanto, non conservará ningunha das cualificacións obtidas no presente curso.

Bibliografía. Fontes de información

ARMSTRONG, G; KOTLER, P. et. al., **Introducción al Marketing**, 3ª Edición. Prentice Hall.,
DURAN, J Y SANCHEZ, L., **Industrias de la Comunicación Audiovisual**, Col. Comunicación Activa. Universitat de Barcelona.,
GONZÁLEZ, E. Y ALÉN, E., **Casos de dirección de marketing**, Pearson/ Prentice Hall.,
ILDEFONSO, E. Y ABASCAL, E., **Fundamentos y técnicas de Investigación Comercial**, ESIC.,
KOTLER, P y ARMSTRONG, G., **Principios de Marketing**, Pearson/Prentice Hall.,
KOTLER, P., CAMARA, D Y CRUZ, I., **Marketing**, 10ª Edición. Pearson/ Prentice Hall.,
KOTLER, P.; LANE KELLER, K.; CÁMARA, D. e MOLLÁ, A., **Dirección de Marketing**, 12ª Edición. Pearson- Prentice Hall.,
MATAMOROS, D., **Distribución y marketing cinematográfico: Manual de primeros auxilios**, Col. Comunicación Activa. Universitat de Barcelona.,
MONTERA; Mª. J.; ARAQUE, R.A Y GUTIERREZ, B., **Fundamentos de marketing. Ejercicios y soluciones**, Mc Graw Hill. Madrid.,
MUNUERA, J.L Y RODRIGUEZ, A.I., **Estrategias de marketing. Teoría y Casos**, Pirámide. Madrid.,
PETER, J. PAUL Y OLSON, J., **Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing**, McGraw-Hill,
SANTESMASES, M., **Marketing, Conceptos y Estrategias**, 5ª Edición. Pirámide.,
SAINZ ALVAREZ, J.M., **Economía Audiovisual. Claves para la venta y distribución de una película**, LibrosEnRed,
VAZQUEZ CASIELLES, R. Y TRESPALACIOS J.A., **Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales**, 4ª edición. Civitas.,

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Empresa: Fundamentos de organización e xestión empresarial/P04G190V01202