



Universidad  
Internacional  
de Valencia

# Guía didáctica

## **ASIGNATURA:** *Marketing y comunicación, pilares de la edición*

**Título:** *Máster en Formación permanente en Edición y Gestión editorial*

**Materia:** *I Obligatoria*

**Créditos:** *6 ECTS*

**Código:** *05MEGE*

**Curso:** *2023-2024*

## Índice

1. Organización general.....	3
1.1. Datos de la asignatura.....	3
1.2. Equipo docente .....	3
1.3. Introducción a la asignatura.....	3
1.4. Competencias y resultados de aprendizaje .....	4
2. Contenidos/temario .....	5
3. Metodología .....	5
4. Actividades formativas .....	6
5. Evaluación.....	7
5.1. Sistema de evaluación.....	7
5.2. Sistema de calificación .....	8
6. Bibliografía.....	8
6.1. Bibliografía de referencia .....	8
6.2. Bibliografía complementaria.....	8

# 1. Organización general

## 1.1. Datos de la asignatura

<b>MATERIA</b>	<b>I</b>
<b>ASIGNATURA</b>	<i>Marketing y comunicación, pilares de la edición</i> <b>6 ECTS</b>
<b>Carácter</b>	Obligatorio
<b>Cuatrimestre</b>	Primero
<b>Idioma en que se imparte</b>	Castellano
<b>Requisitos previos</b>	No existen
<b>Dedicación al estudio por ECTS</b>	<b>25 horas</b>

## 1.2. Equipo docente

<b>Profesor</b>	<b>D. Sergio García Jáñez</b> <a href="mailto:sergio.garciaj@campusviu.es">sergio.garciaj@campusviu.es</a> <b>D<sup>a</sup> Laura Franch</b> <a href="mailto:laura.franch@campusviu.es">laura.franch@campusviu.es</a>
-----------------	--

## 1.3. Introducción a la asignatura

La asignatura trata de las estrategias de promoción de un libro o un proyecto editorial. Son dos aspectos de un mismo objetivo: el marketing y la comunicación a través de los diversos medios y con técnicas creativas. Se enseñará aquí la elaboración de una campaña promocional. El marketing orientado al lector y el *trade* marketing orientado a la venta comercial en librerías. La necesidad de integración del autor en la promoción. El papel que desempeñan, a nivel de influencia y prescripción, las redes sociales. La creación de elementos para ayudar a la venta. El diseño de elementos e ideas de comunicación y marketing, más el análisis posterior de su eficacia. La publicidad. Comparación del proceder de las mejores editoriales y análisis de los resultados. Preparación de equipos para ambas funciones. La iniciativa y la anticipación como factores de un aspecto de la edición que requiere una creatividad específica.

El alumno aprenderá aquí una parte del mundo editorial que tiene que ver con el libro una vez impreso. Se trata de un equipo y/o departamento especializado en ambas tareas, bien de modo conjunto, bien separado. El alumno, pues, aprenderá un conjunto de procedimientos y estrategias orientado a lograr los objetivos comerciales marcados.

## 1.4. Competencias y resultados de aprendizaje

### COMPETENCIAS GENERALES

CB6- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas.

CB7- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

CE15- Que los alumnos conozcan a fondo el márketing y la comunicación desde las cuales se impulsa el libro de cara al mercado y puedan, a su vez, elegir cualquiera de estas dos áreas complementarias como parte de su opción profesional.

CE16- Que los alumnos aprendan a trabajar conjuntamente con un departamento o equipo específico con el que han de asegurar los objetivos marcados a nivel de resultados. La promoción ha de ser fruto de un trabajo en equipo más que en ningún otro aspecto editorial.

CE17- Que los alumnos puedan, a su vez aprender a incorporar el márketing y la comunicación en la toma de decisiones editoriales, que tiene en la promoción su consecuencia final.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

RA.1.- Demostrar haber adquirido las competencias, conocimientos y destrezas específicas para la edición y la gestión editorial en los contenidos que la asignatura propicia.

## 2. Contenidos/temario

- cómo abordar la promoción de un libro: el plan de marketing y de comunicación
- cómo hacer una cuenta de explotación en estas materias
- cómo se prepara un lanzamiento de una novedad editorial
- técnicas de marketing para la red comercial
- marketing para el público comprador
- cómo elaborar un dossier de prensa
- estrategias de cara a los medios de comunicación
- cómo funcionan los equipos de marketing
- cómo funcionan los equipos de comunicación
- el papel del autor en la promoción
- las redes sociales
- diseño de elementos para ambas funciones (fajas, display, PLV, etc)
- la publicidad y las campañas publicitarias
- la relación con los medios, el asunto de la crítica y la receptividad
- la figura del jefe de comunicación

## 3. Metodología

La metodología de la Universidad Internacional de Valencia (VIU) se caracteriza por una apuesta decidida en un modelo de carácter e-presencial. Así, siguiendo lo estipulado en el calendario de actividades docentes del Título, se impartirán en directo un conjunto de sesiones, que, además, quedarán grabadas para su posterior visionado por parte de aquellos estudiantes que lo necesitasen. En todo caso, se recomienda acudir, en la medida de lo posible, a dichas sesiones, facilitando así el intercambio de experiencias y dudas con el docente.

En lo que se refiere a las metodologías específicas de enseñanza-aprendizaje, serán aplicadas por el docente en función de los contenidos de la asignatura y de las necesidades pedagógicas de los estudiantes. De manera general, se impartirán contenidos teóricos y, en el ámbito de las clases prácticas se podrá realizar la resolución de problemas, el estudio de casos y/o la simulación.

Por otro lado, la Universidad y sus docentes ofrecen un acompañamiento continuo al estudiante, poniendo a su disposición foros de dudas y tutorías para resolver las consultas de carácter académico que el estudiante pueda tener. Es importante señalar que resulta fundamental el trabajo autónomo del estudiante para lograr una adecuada consecución de los objetivos formativos previstos para la asignatura.

## 4. Actividades formativas

Durante el desarrollo de cada una de las asignaturas se programan una serie de sesiones y materiales que ayudan a los estudiantes a consolidar los conocimientos trabajados.

A continuación, se relacionan las sesiones y materiales que forman parte de la asignatura:

### 1. Documento multimedia y textos

Se trata de un conjunto de recursos diseñados por el/los profesor/es de la asignatura destinados a la adquisición por parte de los estudiantes de los contenidos teóricos de la misma. Estos recursos, diseñados de manera integral, se complementan entre sí y están directamente relacionadas con los materiales teóricos que se ponen a disposición del estudiante (manual, SCORM y material complementario). Estos recursos se pueden implementar, según criterio docente, en los siguientes formatos:

- a. Clases expositivas
- b. Sesiones con expertos en el aula
- c. Observación y evaluación de recursos didácticos audiovisuales
- d. Estudio y seguimiento de material interactivo

### 2. Clases expositivas:

Clases magistrales con el docente

Durante el transcurso de la materia, el tutor responsable de la misma impartirá clases magistrales por videoconferencia, donde se profundizará en temas relacionados con la materia. Estas clases deberán seguirse en el horario establecido en la planificación de cada materia, si bien quedarán grabadas para un posible visionado posterior.

### 3. Tutorías

Se trata de sesiones, tanto de carácter síncrono como asíncrono (e-mail) según el criterio del docente, individuales o colectivas, en las que el profesor comparte información sobre el progreso académico del estudiante y en las que se resuelven dudas y se dan orientaciones específicas ante dificultades concretas en el desarrollo de la asignatura.

### 4. Trabajo autónomo

Se trata de un conjunto de actividades que el estudiante desarrolla autónomamente y que están enfocadas a lograr un aprendizaje significativo y a superar la evaluación de la asignatura. La realización de estas actividades es indispensable para adquirir las competencias y se encuentran entroncadas en el aprendizaje autónomo que consagra la actual ordenación de enseñanzas universitarias. Esta actividad, por su definición, tiene carácter asíncrono.

## 5. Prueba objetiva final

Como parte de la evaluación de cada una de las asignaturas (a excepción del Trabajo fin de título), se realiza una prueba final. Esta prueba se realiza en tiempo real y tiene como objetivo evidenciar el nivel de adquisición de conocimientos y desarrollo de competencias por parte de los estudiantes. Esta actividad, por su definición, tiene carácter síncrono.

# 5. Evaluación

## 5.1. Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad se sustenta en los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y está adaptado a la estructura de formación virtual propia de esta Universidad. De este modo, se dirige a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Prueba final*	100 %
La realización de una prueba cuyas características son definidas en cada caso por el correspondiente profesorado.	

\*Es requisito indispensable para superar la asignatura aprobar con un mínimo de 5 sobre 10.

Atendiendo a la Normativa de Evaluación de la Universidad, se tendrá en cuenta que la utilización de **contenido de autoría ajena** al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. Los casos de plagio serán sancionados con suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. Asimismo, el uso de **medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación** implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

## 5.2. Sistema de calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en los siguientes cálculos y términos:

Nivel de aprendizaje	Calificación numérica	Calificación cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 -6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 -4,9	Suspenso

El nivel de competencia en cada una de las pruebas realizadas se medirá, en términos generales, en función de la adecuación en el planteamiento de los contenidos generales y contenidos específicos.

## 6. Bibliografía

### 6.1. Bibliografía de referencia

- La bibliografía utilizada en la asignatura será la que especifique cada profesor/a en sus sesiones de docencia y/o en el Manual correspondiente.

### 6.2. Bibliografía complementaria

- La bibliografía utilizada en la asignatura será la que especifique cada profesor/a en sus sesiones de docencia y/o en el Manual correspondiente.