

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

TÉCNICAS DE MERCADO

ESPECIALIDAD	ITINERARIO	MATERIA	CURSOS	ECTS POR CURSO	ECTS TOTALES
PRODUCCIÓN Y GESTIÓN	PRODUCCIÓN Y GESTIÓN	COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y REPRESENTACIÓN	2	6	12
CLASIFICACIÓN		Formación básica	TIPOLOGÍA		Teórica
	X	Obligatoria de especialidad		X	Teórico-Práctica
		Optativa			Práctica
CALENDARIO		HORAS LECTIVAS SEMANALES	HORARIO DE IMPARTICIÓN		
Según instrucciones de la Delegación Territorial		1.5HLS	Lunes - Jueves: 8:30h.-21:30h. Viernes: 8:30h.-15:00h.		
SEMESTRAL			ANUAL		
			X		
Distribución en horas de los Créditos ECTS por cursos 1 crédito : 25 horas		PRESENCIALES	TRABAJO PERSONAL	TOTALES	
		54 H.	96H.	150 H.	
PRELACIÓN		<i>En todos los cursos, la asignatura es llave para la superación del siguiente.</i>			
PROFESORADO					
Eva de la Ossa Cotillas					

DESCRIPCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

La materia a la que está vinculada la presente asignatura se describe en el RD 631/2010 como: Estrategias de promoción de artistas. Técnicas de venta. Principales agentes a nivel nacional e internacional. Proyectos de management. Estrategias de difusión y comercialización de productos y servicios. Marketing en empresas instituciones del ámbito cultural

Esta asignatura tiene como fin acercar al alumno al marketing de las organizaciones tanto a nivel estratégico como operativo.

COMPETENCIAS

Según el Anexo II del Decreto 260/2011

TRANSVERSALES:

CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CT11, CT12, CT13, CT14, CT15, CT16, CT17.

GENERALES:

CG5, CG10, CG11, CG12, CG16, CG17, CG18, CG23, CG24, CG25, CG26.

ESPECÍFICAS:

CEPG2, CEPG3, CEPG4, CEPG8.

PERFIL PROFESIONAL

A través del desarrollo de las competencias anteriores entre otras propias de la especialidad, el alumnado de Enseñanzas Artísticas Superiores de Música en la especialidad de Producción y Gestión, al finalizar sus estudios responderá a un perfil profesional determinado.

Según el RD 631/2010 el Graduado o Graduada en **Producción y Gestión** deberá ser un profesional específicamente cualificado en la planificación y gestión de proyectos relacionados con la música, en algunas de sus posibles fases como la creación, realización, grabación, exhibición pública o distribución, entre otras. Deberá conocer ampliamente el mundo de la música y sus distintos ámbitos de desarrollo profesional, así como estar capacitado para el trabajo en equipo y para desenvolverse en distintos campos de acción, como la economía, la comunicación, la organización humana y de recursos materiales, la gestión logística y la planificación estratégica.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Según D. 260/2011 Anexo II los contenidos de la asignatura son:

- El producto musical. Estructura y procesos sociales. Construcción de mensajes publicitarios. Introducción a la gestión cultural. La Música como servicio para instituciones públicas. El mercado, el comportamiento del consumidor y la investigación comercial.

CONTENIDOS POR CURSOS	
CURSO 1º	<ul style="list-style-type: none"> • Una visión panorámica sobre el marketing, la investigación y técnicas de mercado • El conocimiento y la información en las decisiones de Marketing <ul style="list-style-type: none"> – La investigación en el Marketing – El marketing en la sociedad del conocimiento: El valor del conocimiento y la información. Datos, información y conocimiento. La información en la toma de decisiones comerciales – El Sistema de Apoyo a las Decisiones de Marketing – Fuentes de información: primarias, secundarias, internas y externas • El conocimiento de los públicos: la investigación sobre públicos escénicos y culturales • El marketing como metodología • Metodología para realizar una investigación de mercados • Métodos cualitativos de investigación de mercados: <ul style="list-style-type: none"> – Técnicas cualitativas en la investigación de mercados: Técnica de dinámica de grupo (grupos focales); Técnica Delphi; Técnicas de Creatividad; Entrevista personal en profundidad; Técnicas Proyectiva; Técnicas de observación
CURSO 2º	<ul style="list-style-type: none"> • Perfiles y datos de consumo cultural y escénico en la actualidad • Principales herramientas del marketing digital • La Investigación de mercados aplicada a las artes escénicas <ul style="list-style-type: none"> – Utilidad y aplicaciones de la investigación de mercados – Metodología para realizar una investigación de mercados – Cuestiones éticas en la Investigación de Mercados • Métodos cuantitativos en la investigación de mercados: la encuesta. Tipos de encuestas y el plan de muestreo • Métodos cuantitativos: diseño del cuestionario, trabajo de campo y escalas de medida • Análisis de la información: técnicas de análisis univariable, bivivariable y multivariable • Diseño del informe de investigación de mercados <ul style="list-style-type: none"> – La comunicación de los resultados de la investigación; importancia del informe final – Informe escrito: normas de redacción y estructura – El uso de tablas y gráficos en el informe – Presentación oral de los resultados
METODOLOGÍA Y PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE	
<p>La metodología está enfocada a iniciar a los futuros gestores en el conocimiento de la legislación vigente que les atañe en los aspectos inherentes a su futura vida profesional.</p> <p>Se tenderá a:</p>	

- Utilizar de modo sistemático el trabajo autónomo del estudiante, mediante guías de trabajo que orienten la búsqueda personal a través de material suministrado por el profesor, la exploración de campo y la reflexión personal.
- Completar el trabajo individual y autodirigido del alumnado con trabajos colaborativos en pequeños grupos y/o en sesiones de grupo en clase.
- Utilizar medios tecnológicos convencionales y nuevas tecnologías en el desarrollo de las clases.

En resumen, esta asignatura será un modelo metodológico que permita aprender por la vía del programa de contenidos.

Actividades formativas presenciales

Dadas las vacaciones y días festivos el total de horas presenciales será de 54 horas (36clases).

- Sesiones teóricas (54 horas): Metodología de enseñanza que implica la explicación de los contenidos por el profesor, con el acompañamiento de materiales didácticos diversos.

Actividades formativas no presenciales

- Trabajo personal (96 horas): estudio habitual de contenidos para las clases prácticas; preparación y elaboración de diferentes trabajos y sus posibles presentaciones y puestas en escena.

Actividades evaluables:

- Exámenes parciales del primer y segundo semestre.
- Participación activa en el aula y trabajo diario: la atención, el planteamiento de problemas relacionados con la impartición de clases, la exposición de ideas que contribuyan a la resolución de ellos...etc. Igualmente se realizarán trabajos individuales o en grupo, sobre la materia impartida en cada cuatrimestre.
- Los trabajos y/o actividades deberán ir adecuados a las normas/guías planteadas por el profesorado y que desarrollarán tanto el esquema a seguir como el desarrollo de los documentos bibliográficos (Normas de la A.P.A.).
- Presentaciones y exposiciones: uno o varios trabajos/actividades se expondrán en clase. Dicho trabajo será posteriormente debatido y/o corregido tanto por el alumnado como por el/la profesor/a de la asignatura.

Procedimiento de evaluación:

Según el artículo 6 de la Orden de 16 de octubre de 2012, el alumnado tendrá derecho a dos convocatorias de pruebas de evaluación por curso académico. Al ser una asignatura de periodicidad anual, éstas se realizarán los meses de junio y septiembre. Adicionalmente, el centro podrá realizar durante el mes de febrero una convocatoria extraordinaria de pruebas de evaluación. El número máximo de convocatorias para la superación de la asignatura será de cuatro. Las convocatorias se computarán sucesivamente aún en el caso en que el alumnado no se presente a la prueba.

Instrucciones elaboradas por el ETCP del CSM Jaén:

<p>Convocatoria de junio</p>	<p>Durante el curso, se realizarán los procesos de evaluación que cada departamento estime oportunos, sin perjuicio de lo anterior, habrá una evaluación en el mes de febrero, en la cual, el profesor/a de la asignatura podrá, si así lo considera conveniente, eliminar contenidos. De los resultados de esta evaluación se informará, con carácter orientativo, al alumnado sobre su proceso evolutivo.</p> <p>La nota final de junio será fruto tanto de los procesos y criterios de evaluación, como de los criterios de calificación que hayan sido reflejados en la guía docente. Dicha nota final será la que se refleje en el expediente de cada alumno en la correspondiente convocatoria.</p>
<p>Septiembre</p>	<p>Por ley el alumnado se tiene que examinar de toda la asignatura que ha suspendido en junio.</p> <p>Solo en determinados casos, el/la profesor/a podrá decidir guardar la nota del semestre aprobado. En este caso, la nota final de septiembre, será la media entre la nota del semestre aprobado en junio y la del examen realizado en septiembre.</p> <p>Para la realización del examen, el alumno/a deberá aportar todos los Trabajos/presentaciones o actividades que le hayan sido requeridos en la sesión ordinaria de junio.</p>
<p>Convocatoria extraordinaria de Febrero</p>	<p>Por ley el alumnado, se tiene que examinar de toda la asignatura.</p> <p>Esta convocatoria irá destinada al alumnado que tenga pendiente la superación de aquellas asignaturas indispensables, bien para cursar otra (asignaturas llave), o bien para la matriculación del trabajo fin de estudios. Para ello, se deberá haber estado matriculado en la asignatura anteriormente durante, al menos, un curso completo. En caso del alumnado que tenga superada la totalidad de las asignaturas podrá concurrir durante el mes de febrero a la convocatoria extraordinaria de pruebas de evaluación para la superación del trabajo fin de grado.</p>

El/La alumno/a que no asiste a clase tiene derecho a examen, si no se ha solicitado anulación de matrícula o el centro no la ha gestionado por reiteradas faltas.

La acumulación de seis faltas injustificadas de asistencia supondrá la pérdida del derecho de evaluación continua.

Calendario de actividades evaluables

Pruebas del primer y segundo semestre según figura en el **Plan Anual de Centro**:

- Convocatoria extraordinaria: del 5 al 7 de febrero de 2018
- Convocatoria ordinaria 1 (4º curso): del 21 al 29 de mayo de 2018
- Convocatoria ordinaria 1 (cursos 1º, 2º y 3º): del 30 de mayo al 13 de junio de 2018
- Convocatoria ordinaria 2: del 3 al 6 de septiembre de 2018

RECURSOS:

- www.csmjaen.es
- Aula Virtual del CSM Jaén

BIBLIOGRAFÍA:

- Eugene Carr & Michelle Paul (2011): Rompiendo la quinta pared: marketing para las artes en la era digital. Fundación Autor
- Colomer, Jaume (2013): La formación y gestión de públicos escénicos en una sociedad tecnológica. Fundación Autor.
- Trespalcios Gutiérrez, J.A., Bello Acebrón L., Vázquez Casielles, R. (2005): Investigación de mercados, métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing, Ed. Paraninfo, Madrid.

DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA:

Temario aportado por el profesor

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

Los criterios de evaluación transversales, generales y específicos de cada especialidad se encuentran reflejados en el Anexo III del Decreto 260/2011, de 26 de julio, por el que se establecen las enseñanzas artísticas superiores de Grado en Música en Andalucía.

De acuerdo con el artículo 9 del *Real Decreto 631/2010, de 14 de mayo, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado en Música establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación*, la evaluación del proceso de aprendizaje del estudiante se basará en el grado y nivel de adquisición y consolidación de las competencias transversales, generales y específicas definidas para estos estudios. Es por ello que se establecen los siguientes Criterios de Evaluación en relación a las Competencias determinadas para la asignatura:

CORRESPONDENCIAS TRANSVERSALES		CORRESPONDENCIAS GENERALES	
Criterios de Evaluación Transversales	Competencias Transversales	Criterios de Evaluación Generales	Competencias Generales
CET1	CT1, CT3, CT7, CT13	CEG1	CG26
CET2	CT2, CT4	CEG3	CG26
CET3	CT8, CT13	CEG5	CG5, CG26
CET4	CT4, CT7	CEG6	CG26
CET5	CT5, CT12, CT16	CEG10	CG10
CET6	CT6, CT13	CEG11	CG11, CG17, CG26
CET7	CT11	CEG12	CG12, CG16
CET8	CT4, CT5, CT7, CT8, CT9, CT10	CEG14	CG26
CET9	CT1, CT12, CT13, CT15	CEG15	CG18, CG23
CET10	CT3, CT4, CT5, CT12, CT13	CEG16	CG24, CG25
CET11	CT14		
CET12	CT13		
CET13	CT2, CT4, CT16		
CET14	CT11, CT17		

CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESPECÍFICOS		RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CEE3	Demostrar el conocimiento de las características estructurales de los espacios culturales, con una especial atención a la acústica de salas y la logística de grupos musicales de distintos formatos.	CEPG2
CEE4	Demostrar dominio en las técnicas de grabación, reproducción y difusión de documentos sonoros en distintos formatos, así como de la informática musical, la ofimática y las redes de comunicación.	CEPG3 CEPG4
CEE6	Demostrar el profundo conocimiento del repertorio histórico y más reciente de diversas prácticas y estilos musicales, con una especial atención a las tendencias más recientes en el campo de la creación y la interpretación.	CEPC8
CEE9	Demostrar conocimiento sobre los recursos tecnológicos propios de su campo de actividad (Interpretación musical) y sus aplicaciones en este, así como estar preparado para asimilar las novedades que se produzcan en él.	CEPC8

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DESGLOSADOS POR CURSOS	
CURSO 1º	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer y saber aplicar las ideas y herramientas clave del marketing. • Entender las técnicas de marketing y saber analizar el entorno que influye en la empresa, en la competencia y en los mercados. • Capacidad para solucionar problemas relacionados con la materia. • Capacidad para resolver cuestiones relativas a la investigación de mercados y adoptar una orientación comercial estratégica en una organización cultural <p>A la hora de evaluar el trabajo eficaz del alumnado se tendrán en cuenta los siguientes criterios generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar una observación sistemática en el aula (participación activa, compromiso e interés). • Demostrar dominio y precisión conceptual, claridad de exposición y capacidad de síntesis (en clase, exámenes y defensa de argumentos y trabajos). • Demostrar destreza suficiente tanto en la expresión escrita como oral acerca de los contenidos del curso. • Demostrar conocimiento y comprensión de los contenidos del curso.
CURSO 2º	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer y saber aplicar las ideas y herramientas clave del marketing. • Entender las técnicas de marketing y saber analizar el entorno que influye en la empresa, en la competencia y en los mercados. • Capacidad para solucionar problemas relacionados con la materia. • Capacidad para resolver cuestiones relativas a la investigación de mercados y adoptar una orientación comercial estratégica en una organización cultural <p>A la hora de evaluar el trabajo eficaz del alumnado se tendrán en cuenta los siguientes criterios generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar una observación sistemática en el aula (participación activa, compromiso e interés). • Demostrar dominio y precisión conceptual, claridad de exposición y capacidad de síntesis (en clase, exámenes y defensa de argumentos y trabajos). • Demostrar destreza suficiente tanto en la expresión escrita como oral acerca de los contenidos del curso. • Demostrar conocimiento y comprensión de los contenidos del curso.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Ponderación de actividades evaluables

Convocatoria ordinaria 1 (junio)	Convocatoria ordinaria 2 (septiembre) y Convocatoria Extraordinaria
<ul style="list-style-type: none"> • Asistencia y participación en clase: 20% <ul style="list-style-type: none"> – Asistencia y puntualidad. – Realización de actividades de aula – Actitud (participación activa, compromiso e interés) – Integración en la clase. • Realización de trabajos y/o actividades de clase: 30% <ul style="list-style-type: none"> – De indicarlo así la profesora, estos trabajos/actividades serán expuestos, valorándose un 25% el trabajo y un 15% la presentación y puesta en escena. – Serán calificados como "0" aquellos trabajos literalmente copiados o no realizados por dicho/a alumno/a. – Serán calificados negativamente aquellos trabajos que no se ajusten a las pautas dadas. • Pruebas objetivas y/o de desarrollo: 50% 	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de trabajos: 50% <ul style="list-style-type: none"> – De indicarlo así la profesora, estos trabajos serán expuestos, valorándose un 40% el trabajo y un 20% la presentación. – Serán calificados como "0" aquellos trabajos literalmente copiados o no realizados por dicho/a alumno/a. – Serán calificados negativamente aquellos trabajos que no se ajusten a las pautas dadas. • Pruebas objetivas y/o de desarrollo: 50%

Requisitos mínimos

Para la superación de la asignatura se deberá obtener una calificación igual o superior a 5 al finalizar el curso académico.

No se realizará media si en los diversos apartados no se ha alcanzado al menos 4 puntos sobre 10 antes de proceder a la ponderación.

Cualquier copia total o parcial de algún trabajo, libro u otro documento, perteneciente a un/a autor/a y no especificado como bibliografía, será considerado como plagio y calificado con un cero.

SISTEMA DE CALIFICACIÓN

Según el Artículo 5 del Real Decreto 1614/2009

La calificación será en una escala numérica del 0 al 10 admitiendo un decimal, siendo de 5 a 10 una calificación positiva e inferior a 5 negativa, por lo que quedaría:

- De 0 a 4,9: SUSPENSO (SS).
- De 5 a 6,9: SUFICIENTE (AP).
- De 7 a 8,9: NOTABLE (NT).
- De 9 a 10: SOBRESALIENTE (SB).

La mención de "Matrícula de Honor" podrá ser otorgada a los estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en una signatura en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola "Matrícula de Honor".

Se realizarán dos evaluaciones ordinarias en junio y septiembre y, en el caso de solicitarlo y cumplir los requisitos, una evaluación extraordinaria en el mes de febrero.

SISTEMA DE PARTICIPACIÓN DEL ALUMNADO EN LA EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

Siguiendo uno de los principios del Espacio Europeo de Educación Superior orientado a fomentar la competitividad y garantizar la calidad de la enseñanza, se establece un sistema de participación crítica del alumnado en la evaluación de la asignatura basado en la cumplimentación de una encuesta definida por el departamento correspondiente. Mediante el estudio analítico de dicha encuesta se pretende optimizar el proceso de adquisición y consolidación de competencias por parte del alumnado.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Las actividades complementarias propuestas por cada especialidad y/o departamento por una sección de los instrumentos que lo integran han sido aprobadas por el E.T.C.P. del Conservatorio y se encuentran incluidas en el Plan Anual de Centro.