



Módulo 3. COMUNICACIÓN Y EMPRESA (18 ECTS OB)

Materia 2. Comunicación y mercado (6 ECTS OB)

		ASIGNATURAS	
		Estrategias de comunicación y web	Market Strategies
		ECTS	ECTS
		3	3
		CURSO	CURSO
		4	4
COMPETENCIAS			
CB01	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas que favorezcan un contexto de investigación e innovación dentro del campo de estudio.	X	X
CB02	Aplicar los conocimientos adquiridos y demostrar la capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos, dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.	X	X
CB05	Desarrollar aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.	X	X
CG05	Manejar con destreza las tecnologías actualizadas a los procesos de creación y fabricación dentro de ámbitos específicos del mundo del diseño.	X	
CG06	Usar el inglés, nivel B2, con propiedad según la terminología científica y académica propia del mundo del arte, del diseño y de las artes aplicadas.		X
CG07	Analizar productos o servicios en relación a las posibilidades tecnológicas y productivas de la industria creativa.	X	X
CE12	Elaborar y organizar programas, actividades y estrategias de comunicación, vinculados al mundo del diseño.	X	
CE24	Comprender las estrategias de mercado aplicadas al diseño.		X
CE26	Comprender los procedimientos de gestión empresarial y de organización de oficinas profesionales de diseño.	X	X

CONTENIDOS

Esta materia ofrece al futuro diseñador algunos de los conocimientos necesarios para una óptima inserción de su producción en un mercado globalizado. Aquí se explican las estrategias de comunicación que pueden facilitar el intercambio de productos y/o servicios, la adecuación de los mismos a los diferentes canales de distribución, la definición de un mercado objetivo o los diferentes recursos de la mercadotecnia.

En esta materia se analizarán, entre otros, los siguientes temas: Empresa y comunicación, estructura y mercados de la comunicación, comunicación y nuevas tecnologías, la marca. Comunicación impresa y comunicación web. El espacio de trabajo. El espacio de ventas. El espacio expositivo. La escalera del diseño. Intervención del marketing en la formulación de la estrategia de diseño.

Una parte del temario se impartirá en inglés: Who does a company communicate with? Identification of stakeholder groups: customers/clients; employees; investors and normative entities; interest groups and general public. What different media, genres and styles are used? Oral communication. Personal Brand. Luxury brands, Low cost brands, Cult brand, Crisis communication, Negotiation, Reputation.