

INFORMACIÓN DEL PLAN DOCENTE

CÓDIGO-NOMBRE: Marketing Creativo para Diseñadores e Ilustradores

TITULACIÓN: Máster en Ilustración, Narrativa y Diseño.

CENTRO: 203 – Centro Superior de Estudios Universitarios La Salle

DETALLE DE LA ASIGNATURA

1.2. Carácter

Obligatoria

1.3. Nivel

Grado (MECES 3)

1.4. Curso

1

1.5. Semestre

Segundo semestre

1.6. Número de créditos ECTS

3.0

1.7. Idioma

Español

1.8. Requisitos previos

No se han establecido.

1.9. Recomendaciones

No se han establecido.

1.10. Requisitos mínimos de asistencia

El alumnado debe cumplir con el 80% de asistencia para ser evaluado en la convocatoria ordinaria. De no ser así, al alumno pasa a ser evaluado en convocatoria extraordinaria.

1.11. Equipo docente

Óscar Arteaga

1.12. Competencias y resultados del aprendizaje

Competencias

- CO04: Analizar y aplicar el conocimiento sobre la evolución histórica y las tendencias actuales de la ilustración para desarrollar proyectos visuales que respondan a las demandas específicas del sector.
- CO07: Diseñar y ejecutar estrategias de marketing y redes sociales que apoyen y promuevan la marca personal.

Habilidades y destrezas

- H04: Seleccionar y utilizar tendencias emergentes en el ámbito profesional de las narrativas visuales, desarrollando una voz propia y una transferencia a las prácticas creativas del sector del diseño y la ilustración.
- H07: Potenciar la inmersión y el engagement en proyectos narrativos digitales

Conocimientos

- C03: Recopilar técnicas de experimentación e innovación en proyectos de ilustración y diseño, identificando las necesidades y tendencias del sector profesional.
- C07: Conceptualizar estrategias y herramientas de marketing aplicadas al perfil profesional del ilustrador y diseñador, considerando su relevancia para la creación de una marca personal y la inserción en el mercado laboral.

1.12. Contenidos del programa

- Marketing e ilustración: estudio de las teorías y modelos avanzados de marketing, con énfasis en la segmentación de mercados, el posicionamiento de marca y la planificación de campañas en un contexto global y digital.
- Profundización en técnicas específicas de promoción y comunicación para diseñadores e ilustradores, abordando la integración de redes sociales y estrategias de relación con clientes.

- Desarrollo de la identidad profesional y diseño de un portfolio coherente, contemplando la gestión efectiva de la marca en redes sociales y otras herramientas digitales.

1.13. Referencias de consulta

- Cortabitarte, G. (2023) *Cómo ser ilustrador (y vivir de tu trabajo)*. Hoaki
- Slade, C. (2015) *Creando brand identity*. Parramón.

*Apartado en ampliación.

Metodologías docentes y tiempo de trabajo del estudiante

2.1. Relación de actividades formativas

- AF01 - Lección magistral
- AF03 - Debates
- AF04 - Estudio de caso
- AF05 - Resolución de ejercicios
- AF07 - Presentaciones
- AF10 - Trabajo individual

2.2. Presencialidad

La presencialidad contiene los siguientes elementos:

- Sesión magistral
- Debate y puesta en común.
- Exposición por alumnado.
- Estudio de casos.
- Actividades de aplicación práctica.
- Trabajo por proyectos.
- Prácticas de taller.
- Búsqueda de información y documentación.
- Tutorías programadas.

Sistemas de evaluación y porcentaje en la calificación final

3.1 Convocatoria ordinaria

El alumnado podrá ser evaluado en convocatoria ordinaria cuando la media de las tareas sea igual o superior a 5.

Las actividades de evaluación se evaluarán en base a las competencias específicas que se trabajen en la asignatura y de las actividades profesionales que se infieran de ellas.

- 30% - EV02 - Trabajos de análisis
- 40% - EV03 - Trabajos prácticos y proyectos
- 30% - EV04 - Portafolio

3.2 Convocatoria extraordinaria

Acudirán a convocatoria extraordinaria los alumnos que no superen la evaluación continua o que no cumplan con los requisitos de asistencia.

Las actividades de evaluación en la convocatoria extraordinaria serán las mismas que en la convocatoria ordinaria. El alumnado deberá entregar todos los trabajos correspondientes y cumplir los mismos criterios de evaluación establecidos para la convocatoria ordinaria, tanto en forma como en contenido, con el objetivo de garantizar la igualdad en la exigencia académica.

Cronograma orientativo

- Bloque 1: Presentación de la asignatura y contextualización de contenidos.
- Bloque 2: Desarrollo de contenidos clave. Análisis de casos y ejercicios guiados.
- Bloque 3: Actividades prácticas: trabajo individual o en grupo, tutorías y seguimiento.
- Bloque 4: Presentación y entrega de trabajos. Evaluación y cierre de la asignatura.