Universidad Rey Juan Carlos

GUÍA DOCENTE

MARKETING CULTURAL

MÁSTER U. EN GESTIÓN Y LIDERAZGO DE PROYECTOS CULTURALES

CURSO 2026-27

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 17/11/2026 23:09 | Hash: 7582c9ac5a025f9bb4daece52184b34b.

Fecha de publicación: 24-07-2026

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 17/11/2026 23:09 | Hash: 7582c9ac5a025f9bb4daece52184b34b.

I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	1 curso, 1S semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación

En la asignatura de Marketing Cultural el alumno adquirirá los conocimientos básicos para desarrollar, gestionar, presupuestar y promocionar el lanzamiento y distribución de un proyecto cultural.
Para el desarrollo de la asignatura es indispensable una serie de conocimientos básicos adquiridos previamente:

· Conocimientos sobre los principios básicos de gestión de proyecto e industrias culturales, para desarrollar una correcta estrategia de planificación y gestión de la venta y lanzamiento del producto.
· Manejo del paquete básico de Office con especial atención a Excell para la elaboración de presupuestos.
· Conocimiento sobre la estructura del sector cultural y de la actualidad del mismo que nos permite hacer un análisis inteligente y creativo del sector.

Los objetivos específicos que se plantean en el desarrollo de esta asignatura son:

· Capacidad de desarrollar un plan de lanzamiento y marketing de un proyecto cultural
· Aprender la manera de presentar un proyecto audiovisual para subvenciones o financieros.
· Fomentar la creatividad y diferenciación en la presentación de proyectos.

Enfrentarse a presentaciones orales consiguiendo diferenciarse y atraer la atención de los oyentes (pitching).

III.-Resultados de Aprendizaje

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 17/11/2026 23:09 | Hash: 7582c9ac5a025f9bb4daece52184b34b.

CG03. Capacidad de realizar un análisis crítico, y la evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.
CG04. Capacidad para comunicarse con sus colegas, con la comunidad académica en su conjunto y con la sociedad en general acerca de sus áreas de conocimiento.
CG05. Capacidad de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social, artístico y cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento.
CG06. Capacidad para integrar los conocimientos adquiridos a la hora de formular juicios que permitan una reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la forma, al contenido y modos de producción vinculados a los fenómenos culturales.
CG07. Capacidad para operar en la cultura desde dos principios: los hechos objetivos y el sistema de valores que la constituye y posibilita su complejidad y diferencia, así como aplicar este conocimiento a la práctica de su desempeño profesional o académico.
CE01. Capacidad para diseñar diversos tipos de proyectos relacionados con la producción y gestión de bienes y servicios culturales utilizando para ello el conocimiento práctico y las habilidades aprendidas en la titulación.
CE02. Manejar las principales herramientas para la gestión de proyectos culturales según su especificidad sectorial o niveles de complejidad territorial, siendo capaz de adaptar este conocimiento a realidades cambiantes, desempeñándose con efectividad en una variedad de roles dentro del organigrama de su organización, incluyendo roles de liderazgo.
CE09. Abordar el proyecto cultural desde un enfoque de programación y control económico y financiero, y será capaz de identificar la secuenciación de actividades del proyecto con la consideración del tiempo y los costes.
CE10. Dominar las últimas tendencias en oferta de productos y proyectos artísticos-culturales, su gestión y difusión en la actualidad.
CE11. Conocer la influencia de los estudios de mercado para el desarrollo de productos y servicios culturales, y podrá aplicar los resultados de aquellos a la toma de decisiones críticas en el planeamiento y desarrollo de un producto o servicio cultural.
CE13. Manejar un conocimiento actualizado de las políticas culturales y del mercado cultural iberoamericano.
CE14. Adquirir un conocimiento actualizado sobre la relación entre los productos culturales y las Tecnologías de la Información y la Comunicación, su relevancia para la creación y dirección de un proyecto cultural, así como para la valorización, posicionamiento y distribución de un producto o servicio cultural.

- Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.
- Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 17/11/2026 23:09 | Hash: 7582c9ac5a025f9bb4daece52184b34b.

IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

Bloque Temático	Temas
1. Principios del marketing	1. El plan de negocio. 2. El plan de marketing 3. EL modelo Canvas 4. Dirección estretégica 5. El pitch 6. User Center Experience 7. Negociación
2. Audiencias y Comunicación	1. Públicos 2. Modelo de campaña de comunicación 3. Medios promocionales. POEM. 4. Herramientas de comunicación
3. Nuevo entorno del marketing	1. De Pareto al Long Tail. 2. DIY 3. Generación C, Y y Z 4. El nuevo Marketing 5. Transmedia 6. Crowdsourcing 7. VR y AR 8. Brandend Content 9. Metaverso e Inteligencia Artificial

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Otras	Estudios de caso
Prácticas / Resolución de ejercicios	Trabajo en equipo sobre el proyecto cultural
Otras	Clases teóricas

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 17/11/2026 23:09 | Hash: 7582c9ac5a025f9bb4daece52184b34b.

V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)	
Clases teóricas	20
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	20
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	8
Tutorías académicas	6
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	6
Preparación de clases teóricas	20
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	30
Preparación de pruebas	40
Total de horas de trabajo del alumnado	150

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 6 a Semana 6	Bloque 3. Tema 4, 5 y 6. Posibilidad de hacer a distancia
Clases Teóricas	Semana 7 a Semana 7	Bloque 3. Temas 7 y 8. Posibilidad de hacer a distancia
Otras Actividades	Semana 1 a Semana 1	Estudio de caso. Posibilidad de hacer a distancia
Otras Actividades	Semana 6 a Semana 6	Estudio de caso. Posibilidad de hacer a distancia
Otras Actividades	Semana 2 a Semana 2	Estudio de caso. Posibilidad de hacer a distancia
Otras Actividades	Semana 3 a Semana 3	Estudio de caso. Posibilidad de hacer a distancia
Otras Actividades	Semana 4 a Semana 4	Estudio de caso. Posibilidad de hacer a distancia
Otras Actividades	Semana 5 a Semana 5	Estudio de caso. Posibilidad de hacer a distancia
Otras Actividades	Semana 7 a Semana 7	Presentación estudio de caso. Posibilidad de hacer a distancia

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 17/11/2026 23:09 | Hash: 7582c9ac5a025f9bb4daece52184b34b.

Pruebas	Semana 7 a Semana 7	Bloque 1, 2, 3 y 4. Posibilidad de hacer a distancia
Clases Teóricas	Semana 3 a Semana 3	Bloque 2. Tema 1 y 2. Posibilidad de hacer a distancia
Clases Teóricas	Semana 4 a Semana 4	Bloque 2. Temas 3 y 4. Posibilidad de hacer a distancia
Clases Teóricas	Semana 5 a Semana 5	Bloque 3. Tema 1, 2 y 3. Posibilidad de hacer a distancia
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 1	Bloque 1. Temas 1, 2 y 3. Posibilidad de hacer a distancia
Clases Teóricas	Semana 2 a Semana 2	Bloque 1. Temas 4, 5 y 6. Posibilidad de hacer a distancia

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 17/11/2026 23:09 | Hash: 7582c9ac5a025f9bb4daece52184b34b.

VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.
Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.
La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).
El alumnado que no consiga superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.
El uso de herramientas basadas en inteligencia artificial está prohibido en cualquier ejercicio y prueba de evaluación de la asignatura salvo que el profesor lo indique de forma explícita en el enunciado o en el material de esta. En caso de que esté permitido, se darán indicaciones precisas de qué usos están permitidos y cuáles no.
La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las actividades de evaluación y su ponderación

Actividad evaluadora - Tipo - Ponderación
Pitch (trabajo individual) Reevaluable y acumulable 25%
Prueba/trabajo Escrito (trabajo individual) Reevaluable y acumulable 25%
Plan de marketing sobre TFM (trabajo en grupo) Reevaluable y acumulable 50%
Será indispensable aprobar cada actividad para poder ser evaluado. Todas las pruebas tienes posibilidad de realizarse a distancia si fuera necesario por la situación.
La “Dispensa Académica” no excluye de la evaluación continua.

VII.B.- Evaluación del alumnado con dispensa académica de asistencia a clase

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el alumnado deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El alumnado deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.
Asignatura con posibilidad de dispensa: Sí

VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.
Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 17/11/2026 23:09 | Hash: 7582c9ac5a025f9bb4daece52184b34b.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden mejorar la experiencia de aprendizaje, pero debe utilizarse de forma ética, legal, honesta y transparente. Por este motivo, deben seguirse las recomendaciones de uso adecuado indicadas por los docentes de la asignatura.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 17/11/2026 23:09 | Hash: 7582c9ac5a025f9bb4daece52184b34b.

VIII.-Recursos y materiales didácticos
Bibliografía básica
Rompiendo la quinta pared: marketing para las artes escénicas en la era digital. Eugene Carr y Michelle Paul. Editorial Fundacion Autor 2011
Introducción al marketing. KOTLER, P., ARMSTRONG, G., SAUNDERS, J., WONG, V. Editorial PRENTICE HALL
Marketing de las artes y la cultura. COLBERT, Françoís; CUADRADO, Manuel. Editorial ARIEL
Marketing de las artes escénicas. Autor KOTLER, P.; SCHEF, J. Editorial FUNDACIÓN AUTOR ISBN: 84-8048-625-2
Producción, gestión y distribución del teatro. Autor CIMARRO, J.F. Editorial FUNDACIÓN AUTOR 1997
Mecenazgo & Patrocinio. Las claves del marketing del siglo XXI. ANDRÉS de, Amado Juan. Editorial EDITMEX
Título Producción, gestión y distribución del teatro Autor CIMARRO, J.F Editorial FUNDACIÓN AUTOR 1997
High concept. Movies and marketing in Hollywood. WYATT, J. University of Texas Press
Marketing en televisión BARAYBAR, A. Fragua
La promoción cinematográfica. Estrategias de comunicación y distribución de películas. LINARES PALOMAR, R. Fragua
La difícil relación del espectador español con su cine .Factores determinantes del marketing cinematográfico. BARAYBAR, A. Y LINARES PALOMAR, R. Investigación y Marketing, 94.
Título Gestión del Patrimonio Cultural Autor BALLART, Josep, JUAN, Jordi Editorial ARIEL
Gestión de proyectos culturales. BONET, Lluís; CASTAÑER, Xavier; FONT, Josep. Entorno institucional y económico de la Cultural en España
Marketing de las artes y la cultura. COLBERT, Françoís; CUADRADO, Manuel. Editorial ARIEL
Marketing del Patrimonio Cultural. CAMARERO IZQUIERDO, Carmen; GARRIDO SAMANIEGO, Mª José. Editorial PIRÁMIDE-ESIC
Producción, gestión y distribución del teatro. CIMARRO, J.F. Editorial FUNDACIÓN AUTOR 1997
Bibliografía complementaria
Direcciones web de interés: www.variety.com www.porlared.com www.efp-online.com www.cineuropa.org www.boxofficemojo.com www.icemd.com www.marketingdirecto.com www.clubdemarketing.com www.sgae.org www.esade.com www.marketing-relacional.com www.inusual.com www.fecemd.com http://transmediartistmarketing.org/

IX.-Profesorado	
Nombre y apellidos	MARIA ARANZAZU SESMERO LORENZO
Correo electrónico	ma.sesmero@urjc.es
Campus de impartición	Madrid - Quintana
Categoría	Profesional
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorias póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	0
Nº de Sexenios	0

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 17/11/2026 23:09 | Hash: 7582c9ac5a025f9bb4daece52184b34b.

Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docentia	0
Nombre y apellidos	RAFAEL FERNANDO LINARES PALOMAR
Correo electrónico	rafael.linares.palomar@urjc.es
Departamento	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Campus de impartición	Madrid - Quintana
Categoría	Titular de Universidad
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	Si
Horario de tutorías	Para consultar las tutorias póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	4
Nº de Sexenios	2
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docentia	6

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 17/11/2026 23:09 | Hash: 7582c9ac5a025f9bb4daece52184b34b.