

## **Marketing, Comercialización y Comunicación de la Arquitectura**

### **Marketing Activity in Architecture**

#### **(4 ECTs)**

#### **1.- Coordinadores.**

Manuel Soler Severino     DCTA  
Ricardo Santonja Jimenez     DIGA

#### **2.- Curso Académico.**

2018-19 - 1S/2S  
Lunes – Martes 19,30 – 21,30

#### **3.- Descriptores.**

Introducir los conocimientos de marketing para las actividades, servicios, productos y proyectos que realiza el arquitecto, a través del desarrollo de un Plan de Marketing para captar clientes y trabajos dentro del mundo profesional de la arquitectura.

Analizar y desarrollar la posterior comunicación mediante la imagen de las actividades relacionadas con el marketing arquitectónico.

#### **4.- Objetivo General.**

Darle al alumno una visión distinta a la formación obtenida en grado, con la finalidad de introducirse en el mercado profesional y poder competir, usando las técnicas de marketing y comunicación, con otros profesionales de la arquitectura ya establecidos en ese mercado.

Enseñar a buscar clientes, productos y servicios, realizando estudios, segmentaciones y posicionamientos en el mercado de la arquitectura.

Saber comunicar y difundir la arquitectura a través de la imagen como lenguaje internacional.

#### **5.- Contenido.**

- 01.- Introducción al Marketing
- 02.- El Marketing en la Arquitectura
- 03.- El Plan de Marketing
- 04.- Proyectar con la luz, a través de la fotografía
- 05.- Fotografía y Video Arquitectónico. Nuevos soportes de Impresión
- 06.- Ventas de Servicios y Productos de arquitectura
- 07.- Comercialización de la arquitectura
- 08.- Comunicación e Imagen. ACCION LEGO
- 09.- Marketing Digital
- 10.- Redes Sociales: LINKEDIN
- 11.- Coaching Arquitectónico
- 12.- Casó Practico de Marketing y Comunicación en Arquitectura

**MASTER HABILITANTE – PLAN 2010**  
**DEPARTAMENTO DE CONSTRUCCION Y TECNOLOGIA ARQUITECTONICA**  
**DEPARTAMENTO DE IDEACION GRAFICA ARQUITECTONICA**

#### **6.- Método Docente.**

El Curso constará de unos conocimientos y explicaciones teóricas bases para el desarrollo posterior de aplicaciones prácticas y casos reales, realizándose, casos prácticos y procedimientos relacionados con el mundo de la comercialización y la imagen en la profesión del arquitecto.

El objetivo es que el alumno tenga las bases para integrarse en el mercado profesional, como trabajador por cuenta propia y ajena.

#### **7.- Conocimientos Previos.**

1º Ciclo de Arquitectura, Grado en Fundamentos.

#### **8.- Evaluación.**

Continua, basada la organización de un Plan de Marketing y comunicación para una empresa de Arquitectura.

#### **9.- Bibliografía.**

CORIAN, S., “Marketing Práctico para Arquitectos” (3ª Ed.) Edit. CP67. Buenos Aires 2004

GARCIA, G. “Marketing para Arquitectos”. COAM, Madrid 2000<sup>[L]</sup><sub>[SEP]</sub>

KOTLER, P., “Fundamentos de Marketing (8ª Ed.) Edit. PRENTICE HALL MEXICO, 2008<sup>[L]</sup><sub>[SEP]</sub>

MUÑIZ L., “Plan de Negocios y Estudio de Viabilidad”. EdIt. BRESCA ESPAÑA 2010

RUBIO LANDART, J., “Organización y comercialización de un estudio de arquitectura”. Fundación Diego de Sagredo. Madrid 2000

SOLER SEVERINO, M.J. “Manual para la Dirección Integrada de Proyectos en Construcción” (“Project & Construction Management”). Ed. Mairea – Madrid 2016.

**SOLER SEVERINO, M.J. “Saber Vivir de la Arquitectura” (“Architectural Management”). Ed.**

**BELLISCO. 2º Edición – Madrid 2018.**

Madrid, 07 de julio de 2018