



## Teaching Guide

| Teaching Guide      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |        |                          |           |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------------------------|-----------|
| Identifying Data    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |        |                          | 2019/20   |
| Subject (*)         | Promotions of Services in Information Units                                                                                                                                                                                                                                                                  |        | Code                     | 710G02042 |
| Study programme     | Grao en Información e Documentación                                                                                                                                                                                                                                                                          |        |                          |           |
| Descriptors         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |        |                          |           |
| Cycle               | Period                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Year   | Type                     | Credits   |
| Graduate            | 2nd four-month period                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Fourth | Optional                 | 6         |
| Language            | Spanish                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |        |                          |           |
| Teaching method     | Face-to-face                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |        |                          |           |
| Prerequisites       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |        |                          |           |
| Department          | Humanidades                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |        |                          |           |
| Coordinador         | Fernández Marcial, Viviana                                                                                                                                                                                                                                                                                   | E-mail | viviana.fernandez@udc.es |           |
| Lecturers           | Fernández Marcial, Viviana                                                                                                                                                                                                                                                                                   | E-mail | viviana.fernandez@udc.es |           |
| Web                 | humanidades.udc.es                                                                                                                                                                                                                                                                                           |        |                          |           |
| General description | Promoción de servicios en unidades de información es una materia optativa que tiene como objetivo abordar los fundamentos, métodos y técnicas de la promoción y la publicidad en las unidades de información. Forma parte de los objetivos de la materia el estudio de la promoción y fomento de la lectura. |        |                          |           |

## Study programme competences

| Code | Study programme competences                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A1   | Coñecemento da natureza da información e dos documentos, dos seus diversos modos de produción e do seu ciclo de xestión, dos aspectos legais e éticos do seu uso e transferencia, e das fontes principais de información en calquera soporte, e ao longo do tempo.                                                         |
| A2   | Coñecemento, comprensión, aplicación e valoración dos principios teóricos e metodolóxicos, e das técnicas para a planificación, organización e avaliación de sistemas, unidades e servizos de información.                                                                                                                 |
| A3   | Coñecemento, comprensión e aplicación dos principios teóricos e metodolóxicos, e das técnicas para a creación e autentificación, reunión, selección, organización, representación, preservación, recuperación, acceso, difusión e intercambio, e avaliación da información e dos recursos informáticos.                    |
| A5   | Coñecemento e aplicación das tecnoloxías da información que se emplea nas unidades e servizos de información e nos procesos e transferencia da información.                                                                                                                                                                |
| A6   | Coñecemento da realidade nacional e internacional en materia de políticas e servizos de información e das industrias da cultura                                                                                                                                                                                            |
| A7   | Habilidades para analizar, asesorar e formar a produtores, usuarios e clientes de servizos de información, así como nos procesos de negociación e comunicación                                                                                                                                                             |
| A8   | Habilidades na obtención, tratamento e interpretación de datos sobre unidades e servizos de información, dos procesos de produción, transferencia e uso da información e da actividade científica.                                                                                                                         |
| B1   | Que os estudantes demostrasen posuír e comprender coñecementos nun área de estudo que parte da base da educación secundaria xera, e adoitan encontrarse a un nivel que, se ben se apoia en libros de texto avanzados, inclúe tamén algún aspecto que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu campo de estudo. |
| B2   | Que os estudantes saiban aplicar os seus coñecementos ao seu traballo ou vocación dunha forma profesional e posúan as competencias que adoitan demostrar por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de estudo.                                                        |
| B3   | Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.                                                                                        |
| B5   | Que os estudantes desenvolverán aquelas habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender os estudos posteriores cun alto grao de autonomía                                                                                                                                                                             |
| B6   | Capacidade de análise e de síntese aplicada á xestión e organización da información                                                                                                                                                                                                                                        |
| B7   | Capacidade da xestión da información relevante                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| B8   | Capacidade de uso e adaptación de diversas técnicas de comunicación oral e escrita cos usuarios da información                                                                                                                                                                                                             |
| C2   | Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e da comunicación (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.                                                                                                                                             |



|     |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| C3  | Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solución baseadas no coñecemento e orientadas cara o ben común |
| C4  | Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras                                                                                                                                                  |
| C5  | Valorar críticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas a os que deben de enfrontarse                                                                                                                     |
| C6  | Asumir como profesional e cidadán a importancia do aprendizaxe ao longo da vida                                                                                                                                                                          |
| C7  | Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade                                                                                                             |
| C8  | Aprender a aprender                                                                                                                                                                                                                                      |
| C9  | Resolver problemas de forma efectiva                                                                                                                                                                                                                     |
| C10 | Aplicar un pensamento crítico, lóxico e creativo                                                                                                                                                                                                         |
| C12 | Traballar de xeito colaborativo                                                                                                                                                                                                                          |
| C14 | Comunicarse de xeito efectivo nun contorno de traballo                                                                                                                                                                                                   |
| C17 | Recoñecemento da diversidade y multiculturalidade no ámbito do exercicio profesional                                                                                                                                                                     |
| C18 | Capacidade para a adaptación a cambios no contorno                                                                                                                                                                                                       |

| Learning outcomes                                                                                         |  |                             |        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------------|--------|
| Learning outcomes                                                                                         |  | Study programme competences |        |
| Conocer y dominar los principios y fundamentos de la promoción de unidades de información.                |  | A1                          | B1 C3  |
|                                                                                                           |  | A2                          | B3 C10 |
|                                                                                                           |  | A3                          | B8 C17 |
|                                                                                                           |  | A5                          | C18    |
|                                                                                                           |  | A6                          |        |
|                                                                                                           |  | A7                          |        |
| Conocer los procesos, herramientas y métodos de la promoción de servicios de información y documentación. |  | A2                          | B1 C2  |
|                                                                                                           |  | A8                          | B2 C5  |
|                                                                                                           |  |                             | B3 C8  |
|                                                                                                           |  |                             | B5 C9  |
|                                                                                                           |  |                             | B7 C12 |
|                                                                                                           |  |                             | C14    |
| Conocer las tendencias en la gestión de la promoción en unidades de información.                          |  | A2                          | B1 C2  |
|                                                                                                           |  | A5                          | B2 C4  |
|                                                                                                           |  |                             | B3 C6  |
|                                                                                                           |  |                             | B5 C7  |
|                                                                                                           |  |                             | B6     |
|                                                                                                           |  |                             | B8     |

| Contents                                                                             |                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Topic                                                                                | Sub-topic                                                                                    |
| UNIDAD I: Los fundamentos de la promoción en unidades de información y documentación | Tema 1.1. Los principios científicos de la gestión y la administración.                      |
|                                                                                      | Tema 1.2. El marketing de la información : definición y alcance.                             |
|                                                                                      | Tema 1.3. El marketing operativo y las unidades de información y documentación               |
|                                                                                      | Tema 1.4. La promoción en las Ciencias de la Información y la Documentación                  |
| UNIDAD II. La gestión de la promoción de servicios y productos de información        | Tema 2.1. El mix de la promoción                                                             |
|                                                                                      | Tema 2.2. Metodología para el diseño de plan de promoción                                    |
|                                                                                      | Tema 2.3. Los elementos estratégicos de la promoción de servicios y productos de información |
|                                                                                      | Tema 2.4. La investigación en la gestión de la promoción                                     |



|                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| UNIDAD III. La promoción de productos y servicios de información | 3.1. La publicidad y las relaciones públicas<br>3.2. Marketing directo y el personal<br>3.3. El libro y la promoción<br>3.4. Promoción del patrimonio cultural                                                                                         |
| UNIDAD IV. Tendencias en la promoción                            | 4.1. Marketing de redes sociales y bibliotecas<br>4.2. Promoción no convencional en unidades de información<br>4.3. Mecenazgo, patrocinio y captación de fondos<br>4.4. Marketing 360º y otras tendencias en la promoción de servicios de información. |

| Planning                       |                                                     |                      |                               |             |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------|-------------------------------|-------------|
| Methodologies / tests          | Competencies                                        | Ordinary class hours | Student's personal work hours | Total hours |
| Guest lecture / keynote speech | A1 A2 A3 A5 A6                                      | 21                   | 10                            | 31          |
| ICT practicals                 | A7 B1 B8 C5 C8 C12                                  | 16                   | 0                             | 16          |
| Objective test                 | A2 A5 A6 B1 B3                                      | 2                    | 30                            | 32          |
| Supervised projects            | B1 B2 B3 B6 B7 C3<br>C4 C6 C7 C9 C10<br>C14 C17 C18 | 1.5                  | 23                            | 24.5        |
| Aprendizaxe servizo            | A8 B5 C2 C6 C7                                      | 0                    | 40                            | 40          |
| Introductory activities        | A2                                                  | 1.5                  | 3                             | 4.5         |
| Personalized attention         |                                                     | 2                    | 0                             | 2           |

(\*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

| Methodologies                  |                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Methodologies                  | Description                                                                                                                                                                                                                |
| Guest lecture / keynote speech | Exposición oral apoyada en el uso de medios audiovisuales y en la introducción de algunas preguntas dirigidas a los estudiantes con el fin de transmitir conocimientos y facilitar el aprendizaje.                         |
| ICT practicals                 | Prácticas apoyadas en el uso de las TICs fundamentalmente para acceder a spots publicitarios de unidades de información.                                                                                                   |
| Objective test                 | Examen escrito de la materia en el que se valora el nivel de aprendizaje del alumno desde un punto de vista teórico y práctico. Puede combinar preguntas tipo test y de desarrollo.                                        |
| Supervised projects            | Trabajo de investigación en la que el estudiante aplica los conocimientos adquiridos en las clases para la propuesta de un plan de promoción de un servicio de información.                                                |
| Aprendizaxe servizo            | Se realizará un proyecto basado en las necesidades reales de una organización dando servicio a la comunidad y poniendo en práctica lo aprendido en la materia.                                                             |
| Introductory activities        | Actividades que se realizarán en las primeras sesiones del curso antes de iniciar el temario de la materia. Permitirán introducir al estudiante en la asignatura y conocer su nivel de competencias, interés y motivación. |

| Personalized attention |                                                                                                                        |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Methodologies          | Description                                                                                                            |
| Supervised projects    | La profesora atenderá las diversas consultas de los estudiantes y realizará un seguimiento del desarrollo del trabajo. |

| Assessment          |                                                     |                                                                                                                                                               |               |
|---------------------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Methodologies       | Competencies                                        | Description                                                                                                                                                   | Qualification |
| Supervised projects | B1 B2 B3 B6 B7 C3<br>C4 C6 C7 C9 C10<br>C14 C17 C18 | Se realizará un trabajo de investigación que consistirá en la elaboración de plan de promoción para una unidad de información seleccionada por el estudiante. | 60            |
| Objective test      | A2 A5 A6 B1 B3                                      | Se realizará un examen final teórico-práctico.                                                                                                                | 40            |

| Assessment comments |
|---------------------|
|---------------------|



Las orientaciones del trabajo tutelado quedan publicas desde la primera semana de clases en la plataforma Moodle. El sistema de evaluación de trabajo y examen se aplica en la convocatoria ordinaria. En la extraordinaria se realiza solo el examen con 50 preguntas siendo su valor el 100% de la calificación.

## Sources of information

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Basic | <ul style="list-style-type: none"><li>- Gupta, Dinesh K.; Koontz, Christie; Massísimo; Angels; Savard, Rejéan(eds) (2006). Marketing Library and Information Services: International Perspectives. München K.G.Saur</li><li>- Sáez, Eileen Elliott de (2002). Marketing concepts for libraries and information services.. London: Facet</li><li>- Radtke, Janel M (1998). Strategic Communications for Nonprofit Organizations: Seven Steps to Creating a Successful Plan. New York: Jhon Wiley</li><li>- Fernández Marcial, Viviana (2008). La eficacia de la comunicación promocional en los servicios de información y documentación. En: Los servicios de información y documentación en el marco de la cultura y el arte contemporáneo. Gijón: TREA</li><li>- Fernández Marcial, Viviana (2004). Promoción de los servicios de la biblioteca: Un enfoque desde el marketing no convencional.. Revista Biblios, año 3, Nº 20, Oct-Dic.</li><li>- Fernández Marcial, Viviana (2011). Marketing interactivo y bibliotecas. En: Nuevas tecnologías en bibliotecas y archivos. A Coruña: Universidade da Coruña, Servizo de Publicacións</li><li>- Fernández Marcial, Viviana. (2005). Campañas de fomento de la lectura: una reflexión crítica desde la comunicación promocional.. Cadernos BAD</li><li>- Escolar Sobrino, Hipólito (1970). Márquetin para bibliotecarios. Madrid : ANABAD</li><li>- Sarto, Monserrat. (2000). Animación a la lectura con nuevas estrategias. Madrid: SM</li><li>- Kies, Cosette (1987). Marketing and public relations for libraries. Metuchen, N.J.; London: Scarecrow Press</li><li>- Coote, Helen; Batchelor, B. (1997). How to market your library service effectively. London: Aslib</li><li>- Cronin, Blaise (1992). The Marketing of Library and Information Services (Aslib Reader Series, V. 4). Londres: Hardcover</li><li>- Owens, Irene (2003). Strategic Marketing in Library and Information Science. Londres: Hardcover</li><li>- Tarrés Rosell, Antoni (2006). Márquetin y archivos propuestas para una aplicación de márquetin en los archivos. . Gijón: TREA</li><li>- Walter, Suzanne (2004). Library Marketing that Works! . London: Paperback.</li><li>- Rossiter, Nancy (2008). Marketing the best deal in town, your library : where is your purple owl?. Oxford: Chandos Publishing</li><li>- Rasetti, Maria Stella (2005). La biblioteca trasparente : l'istruzione all'utenza come strategia organizzativa . Pisa: ETS</li><li>- Edsall, Marian (1980). Library promotion handbook . Phoenix : Oryx Press</li><li>- Díaz-Plaja, Aurora (1964). Como atraer al lector. Madrid : Servicio Nacional de Lectura,</li><li>- Fernández Marcial, Viviana (2011). Biblioteca y mercado potencial ¿nuevas formas de captar al usuario?. Revista de gestión y cultura G+C</li><li>- Koontz, Christie (2014). Marketing and Social Media : A Guide for Libraries, Archives, and Museums. Rowman &amp; Littlefield</li><li>- Kotler, Philip (2015). Fundamentos de marketing (11ª ed.). Reading(MA): Addison?Wesley</li><li>- Esteban Talaya, Agueda; Móndejar Jiménez, Juan Antonio (2013). Fundamentos de marketing (2ªed). Madrid: ESIC</li></ul> <p>&lt;br /&gt;</p> |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



|                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Complementary</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuadrado, Manuel(ed.) (2010). Mercados culturales : doce estudios de marketing . Barcelona : UOC</li> <li>- Beceiro Pita, Isabel (2007). Libros, lectores y bibliotecas en la España medieval. Murcia : Nausícaä</li> <li>- Odih, Pamela (2007). Advertising in modern and postmodern times. Los Angeles : SAGE Publications</li> <li>- (2011). Visual merchandising. Zaragoza : Master-D</li> <li>- Fernández Marcial, Viviana (2007). Marketing del libro: por qué funcionan los bestsellers. A Coruña: Universidade da Coruña, Servicio de Publicaciones</li> <li>- Sanagustín Fernández, Eva (2009). Claves del nuevo marketing: cómo sacarle partido a la web 2.. Barcelona : Gestión 2000</li> <li>- Scale, Mark-Shane (2008). Facebook as a social search engine and the implications for libraries in the twenty-first century.. Library Hi26 (4)</li> <li>- Shontz, Marilyn L.; Parker, Jon C.; Parker, Richard (2004). What do Librarians Think about Marketing? A Survey of Public Librarians' Attitudes Toward The Marketing of Library Service. . The Library Quarterly, 74( 1)</li> <li>- Margaix Arnal, Dídac (2008). Las bibliotecas universitarias y Facebook: cómo y por qué estar presentes. . El profesional de la información 17(6)</li> <li>- McIntyre, Alison; Nicolle, Janette (2008). Biblioblogging: blogs for library communication.. The Electronic Library, vol 26(5)</li> <li>- Mi, Jia (2006). Marketing library services to the next generation.. Library Management vol.27(6/7)</li> <li>- García Guerrero, José (2014). Contribución de la biblioteca escolar al fomento de la lectura. Sevilla : Dirección General de Ordenación y Evaluación Educativa</li> <li>- Yepes Osorio, Luis Bernardo (2002). Elaboración de proyectos institucionales de promoción de la lectura . Antioquia : Comfenalco</li> <li>- Evans, Woody (2009). Building library 3.0: issues in creating a culture of participation . Witney, Oxford : Chandos,</li> <li>- Gupta, Dinesh; Savard, Réjean (2011). Marketing Libraries in a web 2.0 world. Berlin: Gruyter</li> </ul> |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## Recommendations

### Subjects that it is recommended to have taken before

Xestión de empresas e institucións culturais/710G02008

Quality Management in Information Services/710G02029

Nature and Development of Information Units/710G02031

### Subjects that are recommended to be taken simultaneously

### Subjects that continue the syllabus

### Other comments

Los estudiantes Erasmus o de programas de movilidad bilateral deberán contactar con la profesora la primera semana de clases del segundo cuatrimestre.&nbsp;Los estudiantes que no puedan asistir a clases con regularidad deberán contactar con la profesora en la primera semana del segundo cuatrimestre para organizar un plan de trabajo.

(\*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.