



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|---|--------------------|--------------------------|----------|
| Datos Identificativos | | | | 2019/20 |
| Asignatura (*) | Promoción de Servizos en Unidades de Información | Código | 710G02042 | |
| Titulación | | | | |
| Descritores | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos |
| Grao | 2º cuatrimestre | Cuarto | Optativa | 6 |
| Idioma | Castelán | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | Humanidades | | | |
| Coordinación | Fernández Marcial, Viviana | Correo electrónico | viviana.fernandez@udc.es | |
| Profesorado | Fernández Marcial, Viviana | Correo electrónico | viviana.fernandez@udc.es | |
| Web | humanidades.udc.es | | | |
| Descrición xeral | Promoción de servizos 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. | | | |

| Competencias / Resultados do título | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Código | Competencias / Resultados do título |
| | |

| Resultados da aprendizaxe | | | |
|---|-------------------------------------|----|-----|
| Resultados de aprendizaxe | Competencias / Resultados do título | | |
| 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 | |

| Contidos | |
|--|--|
| Temas | Subtemas |
| 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 3.2. Marketing directo y el personal 3.3. El libro y la promoción 3.4. Promoción del patrimonio cultural |
| UNIDAD IV. Tendencias en la promoción | 4.1. Marketing de redes sociales y bibliotecas 4.2. Promoción no convencional en unidades de información 4.3. Mecenazgo, patrocinio y captación de fondos 4.4. Marketing 360º y otras tendencias en la promoción de servicios de información. |

| Planificación | | | | |
|---------------------------|---|---|-------------------------|--------------|
| Metodoloxías / probas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas traballo autónomo | Horas totais |
| Sesión maxistral | A1 A2 A3 A5 A6 | 21 | 10 | 31 |
| Prácticas a través de TIC | A7 B1 B8 C5 C8 C12 | 16 | 0 | 16 |
| Proba obxectiva | A2 A5 A6 B1 B3 | 2 | 30 | 32 |
| Traballos tutelados | B1 B2 B3 B6 B7 C3 C4 C6 C7 C9 C10 C14 C17 C18 | 1.5 | 23 | 24.5 |
| Aprendizaxe servizo | A8 B5 C2 C6 C7 | 0 | 40 | 40 |
| Actividades iniciais | A2 | 1.5 | 3 | 4.5 |
| Atención personalizada | | 2 | 0 | 2 |

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

| Metodoloxías | |
|---------------------------|--|
| Metodoloxías | Descrición |
| Sesión maxistral | 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. |
| Prácticas a través de TIC | Prácticas apoyadas en el uso de las TICs fundamentalmente para acceder a spots publicitarios de unidades de información. |
| Proba obxectiva | 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. |
| Traballos tutelados | 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. |
| Actividades iniciais | 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. |

| Atención personalizada | |
|------------------------|--|
| Metodoloxías | Descrición |
| Traballos tutelados | La profesora atenderá las diversas consultas de los estudiantes y realizará un seguimiento del desarrollo del trabajo. |

| Avaliación |
|------------|
|------------|



| Metodoloxías | Competencias / Resultados | Descrición | Cualificación |
|---------------------|---|---|---------------|
| Traballos tutelados | B1 B2 B3 B6 B7 C3 C4 C6 C7 C9 C10 C14 C17 C18 | Se realizará un traballo de investigación que consistirá en a elaboración de plan de promoción para unha unidade de información seleccionada por o estudante. | 60 |
| Proba obxectiva | A2 A5 A6 B1 B3 | Se realizará un examen final teórico-práctico. | 40 |

Observacións avaliación

Las orientaciónes del traballo tutelado quedan publicas desde a primeira semana de clases en a plataforma Moodle. El sistema de avaliación de traballo y examen se aplica en a convocatoria ordinaria. En a extraordinaria se realiza solo el examen con 50 preguntas sendo su valor el 100% de a calificación.

Fontes de información



Bibliografía básica

- Gupta, Dinesh K.; Koontz, Christie; Massísimo; Angels; Savard, Rejéan(eds) (2006). Marketing Library and Information Services: International Perspectives. München K.G.Saur
- Sáez, Eileen Elliott de (2002). Marketing concepts for libraries and information services.. London: Facet
- Radtke, Janel M (1998). Strategic Communications for Nonprofit Organizations: Seven Steps to Creating a Successful Plan. New York: Jhon Wiley
- 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
- 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.
- Fernández Marcial, Viviana (2011). Marketing interactivo y bibliotecas. En: Nuevas tecnologías en bibliotecas y archivos. A Coruña: Universidade da Coruña, Servizo de Publicacións
- Fernández Marcial, Viviana. (2005). Campañas de fomento de la lectura: una reflexión crítica desde la comunicación promocional.. Cadernos BAD
- Escolar Sobrino, Hipólito (1970). Márquetin para bibliotecarios. Madrid : ANABAD
- Sarto, Monserrat. (2000). Animación a la lectura con nuevas estrategias. Madrid: SM
- Kies, Cosette (1987). Marketing and public relations for libraries. Metuchen, N.J.; London: Scarecrow Press
- Coote, Helen; Batchelor, B. (1997). How to market your library service effectively. London: Aslib
- Cronin, Blaise (1992). The Marketing of Library and Information Services (Aslib Reader Series, V. 4). Londres: Hardcover
- Owens, Irene (2003). Strategic Marketing in Library and Information Science. Londres: Hardcover
- Tarrés Rosell, Antoni (2006). Márquetin y archivos propuestas para una aplicación de márquetin en los archivos. . Gijón: TREA
- Walter, Suzanne (2004). Library Marketing that Works! . London: Paperback.
- Rossiter, Nancy (2008). Marketing the best deal in town, your library : where is your purple owl?. Oxford: Chandos Publishing
- Rasetti, Maria Stella (2005). La biblioteca trasparente : l'istruzione all'utenza come strategia organizzativa . Pisa: ETS
- Edsall, Marian (1980). Library promotion handbook . Phoenix : Oryx Press
- Díaz-Plaja, Aurora (1964). Como atraer al lector. Madrid : Servicio Nacional de Lectura,
- Fernández Marcial, Viviana (2011). Biblioteca y mercado potencial ¿nuevas formas de captar al usuario?. Revista de gestión y cultura G+C
- Koontz, Christie (2014). Marketing and Social Media : A Guide for Libraries, Archives, and Museums. Rowman & Littlefield
- Kotler, Philip (2015). Fundamentos de marketing (11ª ed.). Reading(MA): Addison?Wesley
- Esteban Talaya, Agueda; Móndejar Jiménez, Juan Antonio (2013). Fundamentos de marketing (2ªed). Madrid: ESIC

