



Guía Docente				
Datos Identificativos				2021/22
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	Incio Piñeiro, Pedro	Correo electrónico	pedro.incio@udc.es	
Profesorado	Incio Piñeiro, Pedro	Correo electrónico	pedro.incio@udc.es	
Web	https://pdi.udc.es/es/File/Pdi/PB79E			
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.			
Plan de continxencia	1. Modificacións nos contidos Sen modificacións 2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se manteñen Traballos tutelados. *Metodoloxías docentes que se modifican Análise de fontes de información 3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado Correo electrónico Moodle Teams Telefónica 4. Modificacións na avaliación Sen modificacións *Observacións de avaliación: 5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía Sen modificacións4. Modificacións na avaliación *Observacións de avaliación: 5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía			

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

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
Traballos tutelados	B1 B2 B3 B6 B7 B8 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C9 C10 C12 C14 C17 C18	0	60	60
Análise de fontes documentais	A1 A2 A3 A5 A6 A7 A8 B5 C2 C6 C7	0	84	84



Atención personalizada		6	0	6
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado				

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
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.
Análise de fontes documentais	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.

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

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	B1 B2 B3 B6 B7 B8 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C9 C10 C12 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.	100

Observación
Los/as estudiantes con matrícula parcial o con dispensa académica de exención de asistencia serán evaluados con el mismo sistema. En el caso del estudiantado con diversidad funcional o necesidades específicas de apoyo educativo, el sistema de evaluación se adaptará a sus necesidades, de acuerdo a las recomendaciones de la Unidad competente de la Universidad en materia de atención a la diversidad, y la normativa universitaria aplicada en la Universidade da Coruña La evaluación de la convocatoria extraordinaria utiliza el mismo sistema. Las orientaciones del trabajo están publicadas en la plataforma Moodle. Los trabajos deben ser originales. Se deben observar el sistema de citas y referencias. El plagio será motivo de suspenso.

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



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

Recomendacións**Materias que se recomenda ter cursado previamente**

Xestión de Empresas e Institucións Culturais/710G02008

Xestión da Calidade nas Organizacións Documentais/710G02029

Natureza e Evolución das Unidades de Información/710G02031

Materias que se recomenda cursar simultaneamente**Materias que continúan o temario****Observacións**

Los estudiantes Erasmus o de programas de movilidad bilateral deberán contactar con la profesora la primera semana de clases del segundo cuatrimestre. 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.

(*) A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías