



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|--|--------------------|---------------------|-----------|
| Datos Identificativos | | | | 2023/24 |
| Asignatura (*) | Promoción de Servicios en Unidades de Información | | Código | 710G02042 |
| Titulación | Grao en Información e Documentación | | | |
| Descritores | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos |
| Grao | 2º cuatrimestre | Cuarto | Optativa | 6 |
| Idioma | Castelán | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | Humanidades | | | |
| Coordinación | Alfaya Lamas, Elena | Correo electrónico | elena.alfaya@udc.es | |
| Profesorado | Alfaya Lamas, Elena | Correo electrónico | elena.alfaya@udc.es | |
| Web | https://pdi.udc.es/es/File/Pdi/PB79E | | | |
| Descrición xeral | 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. | | | |

| Competencias / Resultados do título | |
|-------------------------------------|---|
| Código | Competencias / Resultados do título |
| 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 emprega 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 xeral, 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. |
| 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. |
| 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 solucións 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 |

| 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 | C2 |
| | | A2 | B3 | C3 |
| | | A3 | B6 | C4 |
| | | A5 | B7 | C5 |
| | | A6 | B8 | C6 |
| | | A7 | | C7 |
| | | A8 | | C8 |
| | | | | C9 |
| | | | | C10 |
| | | C12 | | |
| | | C14 | | |
| | | C17 | | |
| | | C18 | | |

| 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 | A1 A2 A3 A5 A6 A7 A8 B1 B3 B6 B7 B8 C17 C14 C12 C10 C9 C8 C7 C6 C5 C4 C3 C2 C18 | 0 | 144 | 144 |
| 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 | Trabaja 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. |

| 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 | A1 A2 A3 A5 A6 A7 A8 B1 B3 B6 B7 B8 C17 C14 C12 C10 C9 C8 C7 C6 C5 C4 C3 C2 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 |

| Observacións avaliación |
|--|
| <p>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</p> <p>La evaluación de la convocatoria extraordinaria utiliza el mismo sistema.</p> <p>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.</p> |

| Fontes de información | |
|----------------------------|---|
| Bibliografía básica | <ul style="list-style-type: none"> - Sáez, Eileen Elliott de (2002). Marketing concepts for libraries and information services.. London: Facet - 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 - 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 |

