



Guía Docente				
Datos Identificativos				2023/24
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	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 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
			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	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.

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>

