

Guia docent de l'assignatura/mòdul

"Màrqueting i Comunicació dels Serveis d'Arxiu"

1. IDENTIFICACIÓ

- ✓ **Nom de l'assignatura/mòdul:** Màrqueting i Comunicació dels Serveis d'Arxiu
- ✓ **Codi:** 42111
- ✓ **Titulació:** Màster en Arxivística i Gestió de Documents
- ✓ **Curs acadèmic:** 2018-2019
- ✓ **Tipus d'assignatura/mòdul:** presencial
- ✓ **Crèdits ECTS (hores):** 5 ECTS
- ✓ **Període d'impartició:** 1r semestre
- ✓ **Idioma en que s'imparteix:** català
- ✓ **Responsable de l'assignatura/mòdul i mail de contacte:** Xavier Carmaniu Mainadé
xavier.carmaniu@uab.cat

2. PRESENTACIÓ

Com és prou sabut la missió de qualsevol arxiu és preservar, custodiar i difondre el seu patrimoni documental. Ara bé, mentre en les tasques de preservació i custòdia s'han fet avenços més que notables per adaptar-se als reptes que s'han plantejat durant les darreres dècades, en el camp de la difusió les noves eines de comunicació ofereixen un entorn ple de possibilitats per què els arxius acompleixin amb la tasca que tenen encomanada.

3. OBJECTIUS FORMATIUS

Conèixer tant els conceptes bàsics i les tècniques elementals del màrqueting i la comunicació com les darreres tendències que s'estan desenvolupant en el món de la comunicació cultural en general.

Aprendre a aplicar tots aquests coneixements adquirits a l'entorn dels arxius i saber aplicar-los tant des dels propis serveis arxivístics com des de la perspectiva del professional independent.

4. COMPETÈNCIES I RESULTATS D'APRENTATGE

4.1 COMPETÈNCIES BÀSIQUES

CB07 Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relatius al seu camp d'estudi

CB09 Que els estudiants sàpiguen comunicar les seves conclusions i els coneixements i raons últimes que les sustenten a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats

4.2 COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

CE17 Dissenyar i implantar plans i desenvolupar accions de dinamització cultural i difusió dels serveis d'arxiu i dels seus fons documentals.

RESULTATS D'APRENTATGE

CE17.1 Reconèixer les tècniques de màrqueting.

CE17.2 Desenvolupar plans de màrqueting.

CE17.3 Desenvolupar productes de promoció cultural i difusió dels serveis d'arxiu.

4.3 COMPETÈNCIES TRANSVERSALS

GT3 Analitzar, sintetitzar, organitzar i planificar els entorns i les actuacions de gestió.

GT4 Comunicar coneixements de manera oral i escrita.

GT5 Treballar en equips de forma interdisciplinària.

GT6 Adaptar-se a noves situacions, tenir capacitat de lideratge i iniciativa.

GT7 Genera propostes innovadores i competitives.

5. TEMARI I CONTINGUTS

1. Introducció al màrqueting
2. El pla de màrqueting
3. El pla de comunicació
4. Els canals de comunicació
5. L'ús de les Relacions Públiques com a eina de comunicació als sistemes d'arxius

6. BIBLIOGRAFIA RECOMANADA

- AA.DD (2009). *Archivos y cultura. Manual de dinamización*. Gijón: Ediciones Trea.
- ABATI, G.; IMAS, J. (2010). *Guia d'innovació en màrqueting i processos comercials*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament d'Innovació, Universitats i
- ALBERCH, R.; BOIX, L.; NAVARRO, N.; VELA, S. (2001). *Archivos y cultura. Manual de dinamización*. Gijón: Ed. Trea.
- CHABIN, M-A. (2005). "L'èxit del mot 'arxiu' als mitjans de comunicació: una oportunitat per als arxivers". A: *Lligall* [Barcelona], núm. 23, p. 135 – 151.
- CHARBONNEAU, N. (1994). "Marketing de archivos. El control de resultados". A: *Tábula*, núm. 3, p. 235-246.
- CHIAS, J. (1995). *Marketing público*. Madrid: McGraw-Hill / Interamericana de España, S.A.
- COLBERT, François; CUADRADO, Manuel (2003). *Marketing de las artes y la cultura*. Barcelona: Ariel.
- FONTANALS, R; SAURÍ, M. C.; SERCHS, J.; SOLÀ, F.; TORRAS, M.; BORRÀS, J. (2005). "La comunicació externa dels arxius a Catalunya: per un 'feedback' global". A: *Lligall* [Barcelona], núm. 23, p. 153 – 189.
- GARCIA RIBAS, Carmen (2005). "Claus per a una comunicació eficaz". A: *Lligall* [Barcelona], núm. 23, p. 11-16.
- GRAELLS, J. (2011). "Les xarxes socials revolucionaran la professió d'arxiver". A: *Lligall* [Barcelona], núm. 32, p. 157 – 171.
- HALLAM, E. (2005). "Establint contactes: els arxius i el públic". A: *Lligall* [Barcelona], núm. 23, p. 77 – 115.
- ITURRATE, G. (1993). "Aproximació teòrica a la tipologia dels usuaris d'arxius". A: *Lligall* [Barcelona], núm. 7, p. 77-96.
- KOTLER, PH. (2004). *El marketing de servicios profesionales*. Barcelona: Paidós.
- KOTLER, N.; KOTLER, PH. (2001) *Estrategias y marketing de museos*. Barcelona: Ariel.
- LAPORTE, A. (2004). "3r Laboratori d'Arxius Municipals: El coneixement i la imatge dels arxius a Catalunya". A: *Lligall* [Barcelona], núm. 22, p. 485-502.
- LEWIS, M. (1993). "Marketing i publicitat per a arxivers". A: *Lligall* [Barcelona], núm. 7, p. 65-74.
- LOZANO, F., i altres (1996). *El Archivo, un centro vivo y abierto a la actividad escolar. Propuesta didáctica*. Toledo: Consejería de Educación y Cultura.
- MAURI, A. (1995). "La imatge de l'arxiu". A: *Lligall* [Barcelona], núm. 9, p. 97-103.
- PARMERLEE, David (2002). *Cómo preparar un plan de marketing*. Barcelona: Gestión 2000.
- PIETERSE, W. (1995). "L'arxiu i la difusió". A: *Lligall* [Barcelona], núm. 10, p. 189- 195.
- RANDALL, Geoffrey (2003). *Principios de marketing*. Madrid: Thomson; Paraninfo.

- REVERTÉ VIDAL, Maria Pilar (2004). "Patrimoni documental, patrimoni de tots: una reflexió per la creació d'una xarxa de serveis didàctics en arxius". A: *Lligall* [Barcelona], núm. 22, p. 123-159.
- SAINZ DE VICUÑA, J.M. (2000). *El plan de marketing en la práctica*. Madrid: Esic Editorial.
- SANCHO ROYO, D. (2002). *Gestión de servicios públicos: estrategias de marketing y calidad*. Madrid: Editorial Tecnos.
- SANTESMASES, M. (2001). *Marketing, conceptos y estrategias*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- SAURÍ 1999
- SAURÍ, Concepció (1999). "Mitjans de comunicació i arxius municipals: l'experiència de l'Arxiu Municipal de Palafrugell". A: *Lligall* [Barcelona], núm. 15, p. 185-207.
- SUQUET, M. Àngels (2003). "Els arxius com a agents culturals". A: *Lligall* [Barcelona], núm. 21, p. 73-84.
- TARRADELLAS PRAT, E. (2012). "L'ús de Twitter en el món dels arxius". A: *Lligall* [Barcelona], núm. 33-34, p. 35 – 63.
- TARRÉS, A. (2005). "Propostes per a l'aplicació del màrqueting als arxius". A: *Lligall* [Barcelona], núm. 24, p. 181 – 222.
- TARRÉS, A. (2006). *Márquetin y archivos*. Gijón: Ediciones Trea.
- TRIBÓ, G. (Coord.) (2002). *Didàctica amb fonts d'arxius. Llibre d'actes. Primeres jornades Ensenyament –Arxius*. Barcelona: ICE.
- YAKEL, E. (2005). "Els arxius a l'era de l'accessibilitat". A: *Lligall* [Barcelona], núm. 23, p. 117 – 134.

7. METODOLOGIA DOCENT

La metodologia docent de l'assignatura consisteix en una combinació de diverses tècniques que van des de les classes magistrals fins a debats i dinàmiques de grup a l'aula, així com anàlisi de casos pràctics reals. Sempre tenint en compte l'aportació de l'alumnat i fomentant la seva participació.

7.1 ACTIVITATS DE FORMACIÓ

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes interactives	36	1,5	CB 7, CB 9, CE17.1, CE.17.2, CE17.3
Tipus: Supervisades			
Treballs sobre casos pràctics	40	1,6	CB 7, CB 9, CE.17.2, CE17.3
Tipus: Autònomes			
Estudio y análisis de casos escogidos por el propio alumnado	19	0,76	CB 7, CB 9, CE.17.2, CE17.3

8. SISTEMA D'AVUACIÓ

Per superar l'assignatura caldrà resoldre una sèrie d'exercicis pràctics que s'hauran de realitzar a l'aula i dos treballs que serviran per demostrar la comprensió i assimilació dels continguts tractats durant les sessions teòriques

8.1 ACTIVITATS D'AVUACIÓ

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència a classe	15%	10	0,4	CB 7, CB 9, CE17.1, CE.17.2, CE17.3
Exercicis pràctics (mínim del 75%)	25%	10	0,4	CB 7, CB 9, CE17.1, CE.17.2, CE17.3
2 activitats d'avaluació durant el curs (cal superar-les cadascuna amb una nota mínima de 5)	60%	10	0,4	CB 7, CB 9, CE17.1, CE.17.2, CE17.3

9. PLANIFICACIÓ DE LA DOCÈNCIA

SETMANA	TEMA	MÈTODE	HORES
1, 2 i 3	Tema 1	Classe magistral, activitats dirigides, dinàmiques de grup, debats i lectures	30
4, 5, 6 i 7	Tema 2	Classe magistral, activitats dirigides, dinàmiques de grup, debats i lectures	40
8, 9 i 10	Tema 3	Classe magistral, activitats dirigides, dinàmiques de grup, debats i lectures	30
11 i 12	Tema 4 i Tema 5	Classe magistral, activitats dirigides, dinàmiques de grup, debats i lectures	25