

## ***Guía docente del módulo***

### ***Difusión, marketing y estrategias de comunicación***

#### **1. IDENTIFICACIÓN**

---

- ✓ **Nombre de la asignatura/módulo:** Difusión, marketing y estrategias de comunicación
- ✓ **Código:** 43600
- ✓ **Titulación:** Máster en Gestión Documental, Transparencia y Acceso a la Información
- ✓ **Curso académico:** 2017-2018
- ✓ **Tipo de asignatura/módulo:** online
- ✓ **Créditos ECTS (horas):** 6 ECTS
- ✓ **Período de impartición:** 2º semestre
- ✓ **Idioma en que se imparte:** castellano
- ✓ **Responsable de la asignatura/módulo y mail de contacto:** Xavier Carmaniu-Mainadé  
(xavier.carmaniu@uab.cat)

#### **2. PRESENTACIÓN**

---

Se trata de dotar al alumno de conocimientos referidos a los fundamentos del marketing y la comunicación, profundizar en los usos de estas técnicas en los sistemas de gestión de documentos y archivos y aplicar modelos de diseño, producción y comunicación de servicios de información.

Contenidos:

- Los fundamentos básicos del marketing y la comunicación. Objetivos, análisis y diagnóstico
- El conocimiento de los usuarios y clientes, del entorno y las claves del posicionamiento de la organización
- Sistemas de información integrales para las organizaciones
- Recursos, innovación y procedimientos para el diseño de productos y servicios
- Estrategias y canales de comunicación de productos y servicios.

### 3. OBJETIVOS FORMATIVOS

---

Conocer tanto los conceptos básicos y las técnicas elementales del marketing y la comunicación como las últimas tendencias que se están desarrollando en el mundo de la comunicación cultural en general.

Aprender a aplicar todos estos conocimientos adquiridos en el entorno de los archivos y saber aplicarlos tanto desde los propios servicios archivísticos como desde la perspectiva del profesional independiente.

### 4. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

Competencias básicas		Resultados de aprendizaje
B06	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación	B06.1 - Conocer las bases para la definición de modelos y políticas de información
B09	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades	B09.1 - Realizar presentaciones orales B09.2 - Utilizar recursos tecnológicos para la comunicación
B10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo	B10.2 - Identificar los cambios organizativos, políticos y sociales de los entornos en los que se aplican modelos y políticas de información
Competencias específicas		Resultados de aprendizaje
E07	Desarrollar acciones de marketing y comunicación en los servicios de gestión documental, archivo e información.	E07.1 - Reconocer las técnicas de márketing y comunicación E07.2 - Desarrollar planes de márketing y comunicación E07.3 - Desarrollar productos de promoción cultural y difusión de los servicios de gestión documental y archivo
Competencias transversales		Resultados de aprendizaje
GT01	Razonar críticamente y demostrar compromiso ético y social y tener respeto a la diversidad y a la multiculturalidad.	GT01.1 - Conocer y aplicar los principios deontológicos al desarrollo de proyectos de aplicación de estándares internacionales y recomendaciones sobre la gestión de documentos y archivos

GT02	Demostrar capacidad de liderazgo e iniciativa y generar propuestas innovadoras y competitivas.	GT02.1 - Diseñar propuestas innovadoras en la reutilización de la información
GT03	Analizar, sintetizar, organizar y planificar los entornos y las actuaciones de gestión.	GT03.1 - Utilizar instrumentos de planificación y control de gestión

## 5. TEMARIO Y CONTENIDOS

1. Introducción al marketing
2. El plan de marketing
3. El plan de comunicación
4. Los canales de comunicación
5. El uso de las Relaciones Públicas como herramienta de comunicación a los sistemas de archivos

## 6. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Bibliografía
AA.DD (2009). <i>Archivos y cultura. Manual de dinamización</i> . Gijón: Ediciones Trea.
ALBERCH, R.; BOIX, L.; NAVARRO, N.; VELA, S. (2001). <i>Archivos y cultura. Manual de dinamización</i> . Gijón: Ed. Trea.
CANELA, M., CUÑÉ, M.B. i SALAT, M.T. (1987). "Posibilidades didácticas de un archivo". A: <i>Història 16</i> [Madrid], núm. 137, p. 109-110.
CHARBONNEAU, N. (1994). "Marketing de archivos. El control de resultados". A: <i>Tábula</i> , núm. 3, p. 235-246.
CHIAS, J. (1990). <i>El mercado son personas: marketing en las empresas de servicios</i> . Madrid: McGraw-Hill / Interamericana de España, S.A.
CHIAS, J. (1995). <i>Marketing público</i> . Madrid: McGraw-Hill / Interamericana de España, S.A.
CHIAS, J. (199). <i>El mercado todavía son personas</i> . Madrid: McGraw-Hill / Interamericana de España, S.A.
COLBERT, François; CUADRADO, Manuel (2003). <i>Marketing de las artes y la cultura</i> . Barcelona: Ariel.
CORNELLA, A. (2002). <i>Hacia la empresa en red</i> . Barcelona: Edicions Gestió 2000.
GONZALEZ DUQUE, L. I MARTÍN HERNÁNDEZ, U (1995). <i>Los archivos en la enseñanza de la historia</i> . La Laguna: Ayuntamiento de la Laguna.
KOTLER, PH. (2004). <i>El marketing de servicios profesionales</i> . Barcelona: Paidós.
LOZANO, F., i altres (1996). <i>El Archivo, un centro vivo y abierto a la actividad escolar. Propuesta didáctica</i> . Toledo: Consejería de Educación y Cultura.

Bibliografía
PARMERLEE, David (2002). <i>Cómo preparar un plan de marketing</i> . Barcelona: Gestión 2000.
RANDALL, Geoffrey (2003). <i>Principios de marketing</i> . Madrid: Thomson; Paraninfo.
SAINZ DE VICUÑA, J.M. (2000). <i>El plan de marketing en la práctica</i> . Madrid: Esic Editorial.
SANCHO ROYO, D. (2002). <i>Gestión de servicios públicos: estrategias de marketing y calidad</i> . Madrid: Editorial Tecnos.
SANTESMASES, M. (2001). <i>Marketing, conceptos y estrategias</i> . Madrid: Ediciones Pirámide.
SEBASTIÀ, M., (1998). "Archiveros/infotecnólogos: la Internet como motor del cambio de imagen de los archiveros". A: <i>El archivo en el entorno cultural</i> . Coslada: Comunidad de Madrid, p. 91-112.
TARRÉS, A. (2006). <i>Márquetin y archivos</i> . Gijón: Ediciones Trea.

## 7. METODOLOGÍA DOCENTE

### 7.1 ACTIVIDADES DE FORMACIÓN

Título	UD	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
<b>Tipo: Dirigidas</b>				
Clases interactivas		9	0,5	B06.1, B10.2, E07.1
<b>Tipo: Supervisadas</b>				
Trabajo sobre casos prácticos		51	2,5	B09.2, B10.2, E07.1, E07.2, E07.3, GT01.1, GT02.1, GT03.1
<b>Tipo: Autónomas</b>				
Lecturas recomendadas, estudios de casos.		60	3	B09.2, B10.2, E07.1, E07.2, E07.3, GT01.1, GT02.1, GT03.1

## 8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 8.1 ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
La participación en el debate planteado	10%	10	0.4	B06.1, B10.2, E07.1
La realización de los cuatro ejercicios	40%	10	0,4	B09.2, B10.2, E07.1, E07.2, E07.3, GT01.1, GT02.1, GT03.1
La realización del ejercicio final, obligatorio	50%	10	0,4	B09.2, B10.2, E07.1, E07.2, E07.3, GT01.1, GT02.1, GT03.1

## 9. ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO DE DEDICACIÓN DEL ESTUDIANTE

---

El tiempo del alumno debe tener una dedicación media en la asignatura de 10,5 horas durante las semanas asignadas para este módulo e incluye la participación en los foros de discusión así como el trabajo individual y el estudio de acuerdo a la organización dada en el punto 10.

## 10. PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA

---

SEMANA	TEMA	MÉTODO	HORAS
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lectura de indicaciones previas, materiales del tema 1 y respuesta de cuestionario.</li> <li>Sesión <i>on line</i> de presentación del módulo y presentación de los temas 1 y 2.</li> <li>Lectura de los materiales de los temas 2 y 3.</li> </ul>	Online	30
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sesión <i>on line</i> sobre el tema 3</li> <li>Lectura de materiales del tema 3 y realización del ejercicio 1. Preparación del caso de estudio.</li> <li>Sesión <i>on line</i> sobre el tema 4</li> <li>Lectura de materiales del tema 4 y realización del ejercicio 2.</li> </ul>	Online	30
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sesión <i>on line</i> sobre el tema 5.</li> <li>Lectura de materiales del tema 5 y realización del ejercicio 3.</li> </ul>	Online	30
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Resolución de dudas.</li> <li>Elaboración de trabajos.</li> </ul>	Online	30
5	Elaboración, presentación y defensa del ejercicio práctico del curso.	Online	30