

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4315503 Gestió Documental, Transparència i Accés a la Informació	OB	0	2

Professor/a de contacte

Nom: Xavier Carmaniu Mainadé

Correu electrònic: Xavier.Carmaniu@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Prerequisits

No hi ha prerequisits

Objectius

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.

Competències

- Analitzar, sintetitzar, organitzar i planificar els entorns i les actuacions de gestió.
- Demostrar capacitat de lideratge i iniciativa i generar propostes innovadores i competitives.
- Desenvolupar accions de màrqueting i comunicació en els serveis de gestió documental, arxiu i informació.
- Que els estudiants sàpiguin comunicar les seves conclusions, així com els coneixements i les raons últimes que les fonamenten, a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.
- Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.
- Raonar críticament i demostrar compromís ètic i social i tenir respecte a la diversitat i a la multiculturalitat.
- Tenir coneixements que aportin la base o l'oportunitat de ser originals en el desenvolupament o l'aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar els principis deontològics al desenvolupament de projectes d'aplicació d'estàndards internacionals i recomanacions sobre la gestió de documents i arxius.
2. Conèixer les bases per a la definició de models i polítiques d'informació.
3. Desenvolupar plans de màrqueting i comunicació.
4. Desenvolupar productes de promoció cultural i difusió dels serveis de gestió documental i arxiu.
5. Dissenyar propostes innovadores en la reutilització de la informació.
6. Fer presentacions orals.

7. Identificar els canvis organitzatius, polítics i socials dels entorns en què s'apliquen models i polítiques d'informació.
8. Reconèixer les tècniques de màrqueting i comunicació.
9. Utilitzar instruments de planificació i control de la gestió.
10. Utilitzar recursos tecnològics per a la comunicació.

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

Metodologia

.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes interactives	9	0,36	2, 8
Tipus: Supervisades			
Treball a partir de casos pràctics	51	2,04	1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10
Tipus: Autònomes			
Lectures, estudi de casos, etc	60	2,4	1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10

Avaluació

.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Exercici final	50%	10	0,4	1, 3, 4, 5, 6, 9
Participació en el debat proposat	10%	10	0,4	2, 7, 8
Realització de quatre exercicis	40%	10	0,4	1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10

Bibliografia

- AA.DD (2009). *Archivos y cultura. Manual de dinamización*. Gijón: Ediciones Trea.
- ALBERCH, R.; BOIX, L.; NAVARRO, N.; VELA, S. (2001). *Archivos y cultura. Manual de dinamización*. Gijón: Ed. Trea.
- CANELA, M., CUÑÉ, M.B. i SALAT, M.T. (1987). "Posibilidades didácticas de un archivo". A: *Història 16* [Madrid], núm. 137, p. 109-110.
- CHARBONNEAU, N. (1994). "Marketing de archivos. El control de resultados". A: *Tábula*, núm. 3, p. 235-246.
- CHIAS, J. (1990). *El mercado son personas: marketing en las empresas de servicios*. Madrid: McGraw-Hill / Interamericana de España, S.A.
- CHIAS, J. (1995). *Marketing público*. Madrid: McGraw-Hill / Interamericana de España, S.A.
- CHIAS, J. (1999). *El mercado todavía son personas*. Madrid: McGraw-Hill / Interamericana de España, S.A.
- COLBERT, François; CUADRADO, Manuel (2003). *Marketing de las artes y la cultura*. Barcelona: Ariel.
- CORNELLA, A. (2002). *Hacia la empresa en red*. Barcelona: Edicions Gestió 2000.
- GONZALEZ DUQUE, L. I MARTÍN HERNÁNDEZ, U (1995). *Los archivos en la enseñanza de la historia*. La Laguna: Ayuntamiento de la Laguna.
- KOTLER, PH. (2004). *El marketing de servicios profesionales*. Barcelona: Paidós.
- LOZANO, F., i altres (1996). *El Archivo, un centro vivo y abierto a la actividad escolar. Propuesta didáctica*. Toledo: Consejería de Educación y Cultura.
- PARMERLEE, David (2002). *Cómo preparar un plan de marketing*. Barcelona: Gestión 2000.
- RANDALL, Geoffrey (2003). *Principios de marketing*. Madrid: Thomson; Paraninfo.
- 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.
- SEBASTIÀ, M., (1998). "Archiveros/infotecnólogos: la Internet como motor del cambio de imagen de los archiveros". A: *El archivo en el entorno cultural*. Coslada: Comunidad de Madrid, p. 91-112.
- TARRÉS, A. (2006). *Márquetin y archivos*. Gijón: Ediciones Trea.