

## PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

### Curso académico 2012-2013

Identificación y características de la asignatura				
Denominación	Técnicas de Atención a Usuarios de Servicios de Información		Código	200660
Créditos (T+P)	3 teóricos+3 prácticos			
Titulación				
Centro	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación			
Curso		Temporalidad	1er. Cuatrimestre	
Carácter	Libre Elección			
Descriptores (BOE)				
Profesor/es	Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
	Margarita Pérez Pulido	302	marperez@unex.es	
Área de conocimiento	Biblioteconomía y Documentación			
Departamento	Información y Comunicación			
Profesor coordinador (si hay más de uno)				

### Objetivos y/o competencias

El objetivo fundamental de esta signatura es conocer la gestión aplicada a la Atención al usuario en servicios y productos de información. Para ello el alumno habrá de conocer y aplicar las teorías del marketing en el contexto de los servicios de información y entender las técnicas destinadas a recoger datos de usuarios, clientes y productores, recibir al público y orientarlo, elaborar materiales destinados a los usuarios, así como desarrollar habilidades en los procesos de negociación y comunicación.

### Temas y contenidos

(especificar prácticas, teoría y seminarios, y actividades en general, en su caso)

#### TEMARIO \*

I. Introducción

II. Servicios al público en bibliotecas y centros de información. Usuarios y servicios públicos. Recibir, orientar, informar. Metodología y organización de servicios.

III. Marketing. Definición. Principales etapas y estrategias de aplicación. Técnicas de marketing aplicadas a servicios de información.

IV. Comunicación con los usuarios. Definición. Tipos de comunicación. Comunicación no verbal. Barreras y problemas en la comunicación con el usuario.

V. Los profesionales de la información. Imagen individual e imagen corporativa. Deberes y responsabilidades hacia los usuarios.

## METODOLOGÍA Y ACTIVIDADES

### Teoría

1. Clases magistrales para temas I y II (hasta segunda semana de noviembre)
2. Clases magistrales para tema III (hasta tercera semana de diciembre)
3. Clases magistrales para temas IV y V (hasta tercera semana de enero)

### Prácticas

1. Supuesto práctico sobre los instrumentos de acogida, orientación e información. (Fecha de entrega, segunda semana de noviembre)
2. Supuesto práctico acerca de la organización de la atención de usuarios en una organización. (Fecha de entrega, tercera semana de diciembre)
3. Supuesto práctico sobre el análisis de una campaña de marketing documental. (Fecha de entrega, tercera semana de enero).

## RECOMENDACIONES PARA EL ESTUDIO

Se recomienda la asistencia a clase y el uso de la bibliografía referenciada por el profesor.

\* Es recomendable establecer una temporalidad, al menos aproximada

## Criterios de evaluación

Para la evaluación final se tendrá en cuenta la calificación obtenida en cada uno de los supuestos resueltos y entregados a la profesora. La evaluación es continua, se realizará a lo largo de todo el curso en los plazos establecidos de entrega de los diferentes supuestos prácticos. Para superar con éxito esta asignatura el alumno ha de someterse obligatoriamente a todos los criterios de evaluación.

## Bibliografía

### Bibliografía

Calenge, B. *Acueillir, orienter, informer: l'organisation des services aux publics dans les bibliothèques*. París: Cercle de la Librairie, 1996.

Cronin, B. (ed) *The marketing of library and information services*. London: Aslib, 1992.

Davis, F. *La comunicación no verbal*. New Cork: McGraw-Hill, 1996. reimp.

Dominguez Sanjurjo, M.R. *Nuevas formas de organización y servicios en la biblioteca pública*. Gijón: Trea, 1996.

Gómez Hernández, J.A., Saorín Pérez, T. *La imagen actual de las bibliotecas públicas en la cultura de masas* [En línea] [http://travesia.mcu.es/EstudioFGSR/bpo04.asp#\\_ftnref22](http://travesia.mcu.es/EstudioFGSR/bpo04.asp#_ftnref22)

Chaves, N. *La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional*. 5ª ed. México: Gili, 1999.

Villafaña, J. *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid: Pirámide, 2004.

Además se recomienda el uso de los capítulos 3. Usuarios y comunidad. Comunicación con el usuario y relaciones con la comunidad. La atención al usuario., y el capítulo 4. Imagen, publicidad y promoción de la biblioteca: arquitectura bibliotecaria, marketing e imagen corporativa, de la obra titulada Pérez Pulido, M. Herrera Morillas, J.L. *Teoría y nuevos escenarios de la Biblioteconomía*. Buenos Aires: Alfagrama, 2005.

--

Tutorías		
	Horario	Lugar
Lunes		
Martes	De 11 a 13 horas	Despacho 302
Miércoles	De 11 a 13 horas	Despacho 302
Jueves	De 11 a 13 horas	Despacho 302
Viernes		