



# Marketing digital para unidades de información

Curso impartido por Natalia Arroyo Vázquez,  
Universidad de León

## Presentación

A través de los medios digitales podemos dar a conocer los servicios que prestan las unidades de información, las actividades que organizan y los recursos con los que cuentan. Se trata de una forma directa y ágil de comunicarse con los usuarios, a un coste asequible.

Para ello se requiere personal con unos conocimientos básicos sobre los procesos de comunicación y marketing, que comprenda las características y el funcionamiento de los distintos medios digitales, que domine la edición digital y conozca las técnicas de planificación y organización del trabajo.

En este curso se abordarán los distintos aspectos del marketing digital desde una perspectiva práctica, con el objetivo de formar a profesionales capaces de aplicar sus técnicas en una unidad de información y de gestionar los procesos de comunicación digital.

Las alumnas y alumnos obtendrán nociones teóricas básicas sobre comunicación y marketing digital. Con mayor detalle, se pondrá en valor la importancia de los sitios web y blogs en el proceso de comunicación institucional, se aprenderán técnicas sencillas para mejorar el posicionamiento de los contenidos en los motores de búsqueda y se conocerán los tipos de marketing más empleados en

bibliotecas: marketing en medios sociales, e-mail marketing y marketing en dispositivos móviles. Finalmente, se abordará la edición en medios digitales y se conocerán técnicas de planificación y organización del marketing digital.

Con el objetivo de reforzar los contenidos teóricos, se celebrarán sesiones síncronas online y se realizará una práctica con la finalidad de aplicar lo aprendido. Además, dispondrá de ejercicios de autoevaluación.

## Objetivos

- Conocer el marco conceptual y las bases de la planificación del marketing digital.
- Aprender cuáles son las principales técnicas y herramientas del marketing digital.
- Aplicar los conceptos, técnicas y herramientas analizados al el diseño y puesta en marcha de un plan de marketing en bibliotecas, archivos y centros de documentación.

## Destinatarios

Este curso está dirigido a profesionales de las bibliotecas y la documentación, estudiantes de las titulaciones de Biblioteconomía y Documentación y a todos aquellos interesados en los contenidos del curso.

## Datos básicos

Horas lectivas: 60 h.

Nº de plazas: 30

- El curso tiene una duración de cuatro semanas (tres semanas de docencia y una última semana para entrega de las tareas). Las semanas del curso se entienden como semanas lectivas (de lunes a viernes).
- El horario para seguir el curso será flexible y adaptado a las características individuales de cada alumno. Será necesario que todos los alumnos se conecten a diario (entren en la plataforma virtual), consultando las actividades planteadas por el profesor y trabajen de acuerdo al calendario incluido en el programa. Cada usuario se podrá conectar a cualquier hora del día.
- En el caso de baja por enfermedad durante el curso que impida su realización, se comunicará al coordinador pedagógico en el momento de obtención de la baja y se remitirá el parte de baja.

## Metodología

- El acceso a los contenidos del curso a través de la plataforma de e-learning, permite al alumno flexibilidad de aprendizaje. No obstante, se marcarán los ítems fundamentales de consulta, entrega y participación en las distintas actividades que forman parte del curso.
- El curso se compone de 8 Módulos de contenidos, a los cuales se irá dando acceso escalonado, siendo obligatorio completar las actividades de cada uno antes de pasar al siguiente.
- Se pretende una interacción profesor-alumnos máxima, por lo que los foros y otros medios serán básicos en la realización de este curso.
- Las sesiones están diseñadas para que el tiempo de dedicación diario estimado sea de 2 horas a 2 horas 30 minutos, contando con todas las actividades posibles a realizar: estudio, ejercicios, correo, etc.

## Evaluación

- Cada módulo estará acompañado de un test de autoevaluación que permitirá comprobar la comprensión de los contenidos.
- Al final del curso se entregará una práctica que consistirá en el diseño de un plan de marketing digital para una unidad de información, con el fin de que los alumnos pongan en práctica los conocimientos adquiridos.

## Titulación

- Certificado de Gran Aprovechamiento del Curso on-line  
MARKETING DIGITAL PARA UNIDADES DE INFORMACIÓN
- Certificado de Aprovechamiento del Curso on-line  
MARKETING DIGITAL PARA UNIDADES DE INFORMACIÓN
- Certificado de Seguimiento del Curso on-line  
MARKETING DIGITAL PARA UNIDADES DE INFORMACIÓN

Para obtener uno de estos tres certificados será indispensable que el alumno cumplimente las actividades obligatorias que se irán indicando.

## Equipo pedagógico

El equipo pedagógico lo forman una profesora-directora del curso, un coordinador pedagógico y un supervisor.

Analizamos a continuación las funciones de cada una de estas personas en el curso.

### DIRECTORA DEL CURSO:

- **NATALIA ARROYO VÁZQUEZ** (Universidad de León)

Natalia Arroyo Vázquez es doctora en Documentación por la Universidad de Salamanca y actualmente es profesora del Área de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de León. Ha trabajado como responsable de medios sociales en la Fundación Germán Sánchez Ruipérez y en la revista *Profesional de la información* y ha formado parte del Área de Comunicación de la Biblioteca de la Universidad de Navarra. Ha impartido numerosos cursos de formación sobre medios sociales en unidades de información. Es autora de numerosas publicaciones sobre el uso de los medios sociales en bibliotecas.

Las funciones de los Profesores/Directores son:

- Crear los contenidos y actividades del curso
- Coordinar la elaboración de los materiales necesarios
- Impartir y tutorizar el curso
- Atender a las consultas de los alumnos
- Evaluar la calidad del aprendizaje de los alumnos

El coordinador pedagógico es la persona de referencia para los participantes a lo largo de todo el curso para todas las cuestiones no académicas. Los participantes podrán dirigirse a él en cualquier momento que lo precisen, bien por e-mail, bien por teléfono. En caso de que éste no esté activo, podrán dejar sus mensajes en el buzón de voz.

Las funciones del Coordinador directamente relacionadas con los participantes son:

- Asegurarse que todos los participantes han recibido toda la documentación del curso
- Hacer un seguimiento diario de la participación de los alumnos, comprobando si se conectan y si envían mensajes con regularidad
- Entrar en contacto con los participantes que no sigan regularmente el curso para averiguar a qué es debido e intentar solucionarlo

Las funciones del Supervisor son:

- Asegurarse que el curso reúne los requisitos de calidad establecidos por SEDIC, realizando un seguimiento de:
  - Materiales docentes.
  - Virtualización de los materiales docentes y las actividades del curso.
  - Seguimiento de la marcha del curso.
- Realizar el análisis final del desarrollo del curso.

## Programa

Módulo 1. Introducción a la comunicación y al marketing digital

Módulo 2. Planificación y organización del marketing digital

Módulo 3. Sitios web y blogs

Módulo 4. Marketing en buscadores

Módulo 5. Marketing en medios sociales

Módulo 6. e-mail marketing

Módulo 7. Marketing en dispositivos móviles

Módulo 8. Contenidos y creatividad en los medios digitales

## Equipamiento

Para el presente curso es necesario de un mínimo equipamiento tecnológico:

- Equipo informático con acceso a Internet, con un navegador actualizado, con acceso a programas de ofimática (tipo Microsoft Office) y con un lector de PDF (por ejemplo, Adobe Acrobat Reader 5.0 o superior. Para descargar este software, de carácter gratuito, haz click aquí)

Para solucionar cualquier problema técnico que pueda surgir, el alumno se deberá poner en contacto con el Coordinador del curso por el medio que le resulte más conveniente (ver apartado «Equipo pedagógico»).

## Contacto:

915934059 | 639186570 [sedic@sedic.es](mailto:sedic@sedic.es)

## Enlace de inscripción:

<https://www.sedic.es/marketing-digital-para-unidades-de-informacion/>