



Curso Académico 2023-2024

GESTIÓN DEL PATRIMONIO DOCUMENTAL PUBLICITARIO

Ficha Docente

ASIGNATURA

Nombre de asignatura (Código GeA): GESTIÓN DEL PATRIMONIO DOCUMENTAL PUBLICITARIO (803671)

Créditos: 6

Créditos presenciales: 6,00

Créditos no presenciales: 0,00

Semestre: 1

PLAN/ES DONDE SE IMPARTE

Titulación: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Plan: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Curso: 2 **Ciclo:** 1

Carácter: Optativa

Duración/es: Primer cuatrimestre (actas en Feb. y Jul.), Segundo cuatrimestre (actas en Jun. y Jul.).

Idioma/s en que se imparte: Español

Módulo/Materia: DOCUMENTACIÓN

PROFESOR COORDINADOR

Nombre	Departamento	Centro	Correo electrónico	Teléfono
MARCOS RECIO, JUAN CARLOS	Biblioteconomía y Documentación	Facultad de Ciencias de la Información	jmarcos@ucm.es	913947142

PROFESORADO

Nombre	Departamento	Centro	Correo electrónico	Teléfono
PARRAS PARRAS, ALICIA	Biblioteconomía y Documentación	Facultad de Ciencias de la Información	aparras@ucm.es	913942210
NEBREDÁ MARTÍN, LARA	Biblioteconomía y Documentación	Facultad de Ciencias de la Información	mlnebreda@ucm.es	913947142

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR:

Esta asignatura se ofrece a alumnos que no hayan cursado en primero documentación publicitaria. El alumno deberá al menos tener conocimientos básicos del proceso documental.

Hay tres aspectos importantes a tener en cuenta: a) el análisis, estudio y selección de los documentos; b) su uso y conservación, mediante técnicas profesionales que garanticen para próximas generaciones su conservación y c) su difusión. Cualquier documento tiene valor cuando está listo para ser difundido y el usuario se beneficia de su consulta. Esa es la razón fundamental de la documentación.

El alumno al finalizar esta asignatura aprenderá a conocer los documentos y materiales que se conservan en los principales centros de documentación, bibliotecas y/o museos, así como en organismos y fundaciones privadas que disponen de importantes patrimonios. Además deberá distinguir los principales soportes que usan para la conservación del patrimonio y el valor de conservarlos. Se estudiará también el uso de fuentes de información para el patrimonio y la necesidad de conservar la fotografía para los publicitarios. Por último, se mostrarán técnicas para crear centros de documentación, bibliotecas y/o museos con el fin de conservar el patrimonio publicitario en España, tanto las colecciones públicas como las privadas, siempre dentro del ámbito de la publicidad y la relaciones públicas y, también, los otros medios de comunicación, donde la publicidad está enclavada.

La asignatura se concibe también para que el alumno se acerque al mundo profesional de la publicidad y los fondos documentales específicos que ha venido generando esta disciplina desde hace años.

Se requiere por parte del alumno un buen conocimiento de la lectura y la escritura, que mejorarán en las prácticas establecidas al efecto. El inglés es complementario pues algunos de los textos están publicados en ese idioma.

DISTRIBUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES EN CRÉDITOS ECTS.

Actividad presencial del alumno: 40 horas. Sesiones de Seminario presencial: 10 horas. Asistencia a actividades formativas extralectivas presenciales: 5 horas. Tutorías y Procesos de evaluación presencial: 5 horas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS.

La evaluación se realizará de manera continua durante todo el cuatrimestre. Se valorará la participación del alumno en todas las actividades formativas y los resultados de las pruebas objetivas para la valoración de los conocimientos adquiridos por los alumnos en cada uno de los bloques temáticos que constituyen la materia. Se propone el siguiente método de evaluación: Asistencia presencial y participación en las clases: 20%; Trabajos de la asignatura (casos prácticos): 40%; Examen (*): 40% (*) Se requiere una nota mínima de 5 en cada uno de los ítems evaluables.



Curso Académico 2023-2024

GESTIÓN DEL PATRIMONIO DOCUMENTAL PUBLICITARIO

Ficha Docente

BREVE RESUMEN DE CONTENIDOS (Se trata de una descripción temática)

*Unidad Didáctica 1: Introducción y conceptos básicos. Lección 1. Presentación e introducción de la asignatura. Lección 2. La conservación de los materiales: libros, documentos, etc.

*Unidad Didáctica 2. Principales tipos de patrimonio Lección 3. Concepto y tipos de patrimonio. Lección 4. Patrimonio Documental y Bibliográfico y de los Archivos, Bibliotecas y Museos. Lección 5. Conservación y Preservación en las instituciones: bibliotecas, centros de documentación y museos. El modelo español.

*Unidad Didáctica 3. Fuentes Documentales. Lección 6. Fuentes de información para el estudio del patrimonio. Lección 7. Fotografía, fototecas y centros de documentación fotográficos: carteles publicitarios.

Unidad Didáctica 4. Gestión del Patrimonio Publicitario Documental Lección 8. Patrimonio Publicitario: antecedentes, análisis, creación y difusión. Instituto Nacional de Publicidad (INP) Lección 9. Publidocnet: Centro Documental para la Conservación del Patrimonio Publicitario Español Lección 10. Museos de Publicidad. Colecciones nacionales, universitarias/científicas y privadas. Lección 11. Fuentes de información audiovisuales. Archivos, gestión y derechos de autor. Lección 12. Fuentes para la creatividad y el diseño. Páginas web y otros recursos.

REQUISITOS:

Ninguno.

OBJETIVOS:

Estos objetivos tratarán de alcanzarse a través de un programa educativo ajustado a las necesidades profesionales, con fundamentos teóricos y metodológicos, que esté orientado a los procesos para desarrollar unos estándares de calidad. Y sobre todo, la asignatura busca un alto nivel de educación que permita alcanzar al estudiante un buen desarrollo humano, potenciando competencias cognitivas, seguridad, responsabilidad, honestidad y solidaridad.

El estudiante tendrá información de esta metodología docente antes y durante el curso por medio del Campus Virtual, de las páginas personales de los profesores, así como por otros medios orales y escritos que se estimen convenientes y oportunos.

Generales:

Conocimiento científico y técnico del objeto de la materia: La documentación publicitaria. Dominio de las técnicas documentales. Dominio de las fuentes: Capacidad de valoración, uso e interpretación de las fuentes. Gestión del patrimonio. Creación de centros de documentación para su conservación. Estudio del patrimonio publicitario. Retos y nuevas oportunidades.

COMPETENCIAS:

Transversales:

El aprendizaje actual supone la transformación de la conducta del ser humano ante la recepción de estímulos, desarrollo de las percepciones y la estructuración de ideas y unidades de pensamiento, es decir, expresiones de conocimientos, habilidades y valores humanos.

En este proceso de cambio, impulsado por las nuevas tecnologías, el escenario educativo está cambiando en su forma y en su fondo. Los docentes se acercan más a realidades prácticas y los alumnos toman protagonismo, sintiéndose parte activa del proceso educativo.

Y al mismo tiempo hay una mayor responsabilidad frente a los contenidos teóricos y prácticos, con el fin de lograr un aprendizaje basado en la adquisición de las habilidades, actitudes y competencias generales siguientes:

- Conocimiento científico y técnico del objeto de la materia: La documentación publicitaria.
- Dominio de las técnicas documentales: análisis, identificación, organización, evaluación, presentación y diseminación de la información en varios tipos de servicios de información y para diferentes grupos de usuarios en el contexto de la comunicación publicitaria.
- Dominio de las fuentes. Capacidad de valoración, uso e interpretación de las fuentes (documentos impresos, sitios web, organismos, instituciones y personas) que intervienen en las actividades publicitarias.
- Gestión del patrimonio. Creación de centros de documentación para su conservación.
- Estudio del patrimonio publicitario. Retos y nuevas oportunidades.

El método docente garantizará un aprendizaje activo, cooperativo y responsable para lograr los siguientes objetivos:

1. Facilitar las herramientas para buscar y procesar la información a través de documentos, páginas web y bases de datos.
2. Aprender a analizar los documentos publicitarios valorando la importancia de la conservación (creación de fichas) y la recuperación (bases de datos).
3. Conocer las fuentes de información para el trabajo en el medio publicitario.

Específicas:

El método garantiza un aprendizaje activo, cooperativo y responsable para lograr los siguientes objetivos:

* Ofrecer no sólo un alto contenido, un volumen de conocimientos, sino facilitar las herramientas para buscar y procesar la información a través de documentos y bases de datos.

* Creación de bases de datos para la recuperación de los soportes documentales con el fin de completar el ciclo documental.

* Dar a los estudiantes la comprensión y capacidad de uso de las tecnologías de la información aplicables al uso y al ejercicio de la documentación publicitaria.

* El estudiante tendrá esta metodología docente antes y durante el curso por medio del Campus Virtual, de las páginas personales de los profesores, así como por otros medios orales y escritos que se estimen convenientes y oportunos.



Curso Académico 2019-20

GESTIÓN DEL PATRIMONIO DOCUMENTAL PUBLICITARIO

Ficha Docente

ACTIVIDADES DOCENTES:

Clases teóricas:

Las actividades formativas de la materia comprenderán:

Las clases teóricas presenciales: consistirán en una exposición de los objetivos principales de cada tema y desarrollarán los contenidos con detalle y claridad para la comprensión y asimilación de los conocimientos.

Seminarios:

Seminarios (o grupos de trabajo): su utilidad es la de estudiar temas de análisis y la creación de equipos de trabajo con las propuestas pertinentes sobre procedimientos de búsqueda y selección de información, análisis y síntesis de conocimientos, planteamientos de problemas concretos que se desarrollarán de forma individual o grupal. Se proponen los siguientes temas para seminarios:

Estudio y análisis de la biblioteca como centro de acopio de materiales

Centros de documentación; análisis y gestión de los documentos

Uso de fuentes documentales en la investigación publicitaria

Modelos de gestión patrimonial aplicados a centros de documentación publicitaria

Aplicaciones patrimoniales en la actividad publicitaria.

Clases prácticas:

- 1.- Lecturas/Libros. El alumno seleccionará dos libros de estas materias: Documentación, Publicidad, Medios de Comunicación y Patrimonio.
- 2.- Elaboración de un glosario
- 3.- Los 25 mejores anuncios de un año (2023). The 25 Best Ads of 2023 (So Far)
- 4.- ¿Son estos los 10 mejores anuncios de la década?
- 5.- La publicidad del Siglo, según Advertising Age
6. Buscar/coleccionar slogan históricos (España, Europa, EE.UU)
- 7.- ¿Alguien ha visto este anuncio antes? (Presentar en clase)
8. Analizar el lenguaje publicitario de perfume y cosmética (Presentar en clase)
- 9.- Prácticas Patrimonio Publicitario (Ad *Access) Prensa y Revistas
- 10.- Prácticas Patrimonio Publicitario (AdViews) Televisión
11. Recuerdo de anuncios (en clase)

(Ver sección prácticas del Campus Virtual) **Cada profesor propondrá sus prácticas.**

Trabajos de campo:

Trabajos propuestos de la asignatura en los que el alumno deberá investigar sobre un determinado tema y llegar a conclusiones (en grupo e individualmente) y utilizar bibliografía y fuentes pertinentes. Esta actividad ayudará al estudiante en la adquisición de conocimientos, ayudará a su formación en la utilización de las fuentes y en expresión escrita y oral (exposiciones), además de fomentar y desarrollar su creatividad, su responsabilidad y su autonomía. Se propone un modelo de trabajo:

*Elaboración de un Portal, Centro de Documentación, Museo de Publicidad o Sitio Web:

*Selección de una de las opciones y proponer un estudio previo. Presentación de un índice inicial.

*Selección, valoración y uso de fuentes y recursos de información sobre el tema elegido.

Tutorías: Presenciales. Ofrecen apoyo y asesoramiento personalizado para abordar las tareas encomendadas en todas las actividades formativas. El profesor aprovechará estas tutorías para desarrollar su papel proactivo y proactivo en la docencia con el fin de lograr los objetivos propuestos. Serán obligatorias para el seguimiento del trabajo de asignatura para poder avanzar en su desarrollo.

Asistencia a **actividades formativas extralectivas** programadas por la Facultad y/o por otros organismos o empresas que sean de interés específico para la materia (Congresos, Jornadas, Seminarios, ciclos de Conferencias): se trata de fomentar en el alumno el interés por la adquisición de un conocimiento siempre acorde con la realidad publicitaria de cada día.

Estudio y trabajo personal (siempre tutorizado)

Presentaciones:

Se hará una presentación de alguna de las prácticas.

EVALUACIÓN:

La evaluación se realizará de manera continua durante todo el cuatrimestre. Se valorará de forma proporcional la asistencia y participación del alumno en todas las actividades formativas y los resultados de las pruebas objetivas para la valoración de los conocimientos adquiridos por los alumnos en cada uno de los bloques temáticos que constituyen la materia.

Se propone el siguiente método de evaluación:

Asistencia y participación en las clases: 20%

Trabajos de la asignatura (casos prácticos): 40%

Examen (*): 40%

(*) Se requiere una nota mínima de 5 en cada uno de los ítems evaluables.



Curso Académico 2019-20

GESTIÓN DEL PATRIMONIO DOCUMENTAL PUBLICITARIO

Ficha Docente

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Ver Campus Virtual de la UCM

La información especializada en Internet, portales de información y gestión: Portal de la Documentación Publicitaria, tipo Publidocnet: <http://www.publidocnet.com> y Museos de Publicidad

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

ALEGRE ÁVILA, Juan Manuel (1994). Evolución y régimen jurídico del Patrimonio Histórico: la configuración dogmática de la propiedad histórica en la ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español, Madrid, Ministerio de Cultura.

ALONSO IBÁÑEZ, M. R. (1991). El patrimonio histórico. Destino público y valor cultural. Madrid: Civitas.

ALVAREZ A., José L. (1989). Estudios sobre el patrimonio histórico español y la ley de 25 de junio de 1985. Madrid: CIVITAS.

BARRERO RODRÍGUEZ, C. (1990). La ordenación jurídica del patrimonio histórico. Madrid: Civitas.

BENAVIDES SOLÍS, J (1999). Diccionario razonado de bienes culturales. España.

BENÍTEZ DE LUGO Y GUILLÉN, Félix (1988). El patrimonio cultural español: (aspectos jurídicos, administrativos y fiscales), Granada: Comares.

CALVO, Ana (1997). Conservación y Restauración. Materiales, técnicas y procedimientos, de la A a la Z. Cultura artística. Bracelona: Ediciones del Serbal.

COLLINGS, T.J. El cuidado de archivos fotográficos (Society of Archivists Londres) <http://www.bnv.bib.ve/conservaplan.htm>

COMISIÓN EPISCOPAL PARA EL PATRIMONIO CULTURAL DE LA IGLESIA. (2001). Código del Patrimonio Cultural de la Iglesia. Madrid: Editorial EDICE.

COSTAIN, Charlie. Plan para la preservación de colecciones http://imaginario.org.ar/apoyo/vol8-1_3.htm

DÍAZ PADRÓN, Matías. (1975). Museo del Prado (I): Catálogo de pinturas Escuela Flamenca, siglo XVII. Madrid: Patronato Nacional de Museos.

ERHARDT, David; MECHLENBURG, Marion; TUMOSA, Charles; McCORMICK- GOODHART, Mark. Determinación de las fluctuaciones permisibles de humedad relativa, http://imaginario.org.ar/apoyo/vol6-1_6.htm

FERNÁNDEZ, Isabel María. Breves notas sobre la creación de microclimas para la preservación de objetos en museos http://imaginario.org.ar/apoyo/vol7-1_11.htm

FERNÁNDEZ Isabel María: Conservación preventiva y las normas ambientales: nuevas consideraciones, http://imaginario.org.ar/apoyo/vol6-1_4.htm

GARCÍA-ESCUADERO, Piedad (1986). El nuevo régimen jurídico del patrimonio histórico español. Madrid : Ministerio de Cultura.

GAYA N., Juan A. (1961). La arquitectura española en sus monumentos desaparecidos. Madrid: Espasa-Calpe.

GEFFRE, Xavier (1999). La gestion du patrimoine culturel, París, Anthropos.

GONZÁLEZ-VARAS IBÁÑEZ, Ignacio (1999). Conservación de bienes culturales: teoría, historia, principios y normas. Madrid: Cátedra.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca (2002). El patrimonio cultural: la memoria recuperada, Madrid, Trea.

IGNACEN BORAN, Damián. (1991). Diccionario del Patrimonio Cultural de la Iglesia. Madrid: Ediciones Encuentro. 1era. Edición.

INSTITUTO DEL PATRIMONIO CULTURAL (1997). Proyecto Inventario Nacional del Patrimonio Cultural. Plataforma Conceptual.

MACLEISH, A. Bruce. (1985). El cuidado de Antigüedades y colecciones históricas, 2 a ed. Thousand Oaks, CA: Altamira Press.

MARCOS RECIO, JUAN CARLOS (Coord.); García Jiménez, Antonio; Nuño Moral, M^a Victoria. Gestión de la documentación en la Publicidad y en las Relaciones Públicas. Madrid: Síntesis, 2004. ISBN: 84-9756-171-6

MARCOS RECIO, JUAN CARLOS. "Las fuentes de información al servicio de la publicidad. Investigación y planificación". Nuevas tendencias en la publicidad del siglo XXI. Sevilla: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones, 2007, pp. 35-60. ISBN: 978-84-96082-51-9.

MARCOS RECIO, JUAN CARLOS. La fotografía en la publicidad: archivos, bancos de imágenes y centros de documentación en el siglo XXI". La publicidad en el contexto digital. Viejos retos y nuevas oportunidades. Sevilla: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones, 2008, pp. 87-112. ISBN: 978-84-96082-71-7

MARCOS RECIO, JUAN CARLOS. "Técnicas bibliográficas para el análisis documental en publicidad: una propuesta básica". Otros fines de la Publicidad. Sevilla: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones, 2010, pp. 175-206. ISBN: 978-84-92860-14-2

MARCOS RECIO, JUAN CARLOS. Gestión del Patrimonio audiovisual en medios de comunicación. Madrid: Síntesis, 2013, pp. 221. ISBN: 978-84-995897-9-4.

MARCOS RECIO, JUAN CARLOS. "Lo efímero de la comunicación. Como preservar los contenidos en la era digital". Editorial UOC. Comunicación, 566. ISBN: 978-84-9180-140-5



Curso Académico 2019-20

GESTIÓN DEL PATRIMONIO DOCUMENTAL PUBLICITARIO

Ficha Docente

MARCOS RECIO, JUAN CARLOS. "Estrategias documentales en agencias de publicidad". Biblioteconomía y Documentación. Barcelona: Facultad de Biblioteconomía y Documentación. Vol. 11, Dic. 2003, pp. 1-15. ISSN: 1575-5886. Versión castellana y catalana. http://www2.ub.es/bid/consulta_articulos.php?fichero=11marco2.htm

MARCOS RECIO, JUAN CARLOS. "Publicidad Por Pura Pasión (P+p+P+p)". Anuncios. Madrid: Publicaciones Profesionales, SAU. N° 1255, del 13 al 19 de octubre de 2008, página 10. ISSN: 0214-4905

MARCOS RECIO, JUAN CARLOS. "Uso en publicidad de las fotografías de los bancos de imágenes en España". El Profesional de la Información, 2011, v. 20, n. 4 (julio-agosto de 2011) pp. 384-391. ISSN: 1699-2407.

MARCOS RECIO, JUAN CARLOS. "Conservar el patrimonio publicitario, tarea de todos" Anuncios. Madrid: Publicaciones Profesionales, SAU. N° 1409, del 5 al 11 de marzo de 2012, p. 8. ISSN: 0214-4905

MARCOS RECIO, JUAN CARLOS, Sánchez Vigil, Juan Miguel; Olivera Zaldúa, María. "Actores principales de la publicidad: conservar el patrimonio en centros de documentación y museos". BiD: textos universitarios de biblioteconomía i documentació, juny, núm. 30, 2013, <<http://bid.ub.edu/30/marcos.htm>>

MARCOS RECIO, JUAN CARLOS, Sánchez Vigil, Juan Miguel; Olivera Zaldúa, María. "Archivos documentales en publicidad: centro Documental para la Conservación del Patrimonio Publicitario Español (Publidocnet)". BiD: textos universitarios de biblioteconomía i documentació, juny, núm. 34, 2015, <<http://bid.ub.edu/34/marcos.htm>>

MARCOS RECIO, JUAN CARLOS. "100 años de publicidad impresa". En: El Correo. 07/05/2017, pp. 12-13 Publicación digital varios diarios del Grupo Vocento. <http://www.diosur.es/sociedad/201705/07/anos-publicidad-impresa-20170506175132.html>

MARCOS RECIO, JUAN CARLOS, Hernández Ruiz, A. "La publicidad como reclamo para los medios: el caso de Madison en The New York Times y algunos periódicos españoles". Revista General de Información y Documentación, Vol. 27, N° 1, 2017 pp. 11-23.

<http://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/56559/51114>

MARCOS RECIO, JUAN CARLOS. ¿Enseñar publicidad? Mejor aterricemos primero. En: El Publicista, 17/07/2019. <https://www.elpublicista.es/s-20-aniversario-de-publicista/ensenar-publicidad-mejor-aterricemos-primero>

MARTÍNEZ JUSTICIA, Ma José. (2000). Historia y teoría de la conservación y restauración artísticas. Madrid, Tecnos.

MICHALSKI, Stefan. Directrices de humedad relativa y temperatura; qué está pasando? http://imaginario.org.ar/apoyo/vol6-1_5.htm

MICHALSKI, Stefan: Normas vigentes sobre iluminación: un equilibrio explícito entre visibilidad vs. vulnerabilidad, http://imaginario.org.ar/apoyo/vol9-2_5.htm

MINISTERIO DE CULTURA / DIRECCIÓN GENERAL DE BELLAS ARTES Y ARCHIVOS / CENTRO NACIONAL DE INFORMACIÓN ARTÍSTICA, ARQUEOLÓGICA Y ETNOLÓGICA. (1984). Monumentos españoles. Catálogo de los declarados Histórico-Artístico 1844-1953. Tomos I al IV. Madrid: Tercera edición.

MINISTERIO DE CULTURA, DIRECCIÓN GENERAL DE BELLAS ARTES Y ARCHIVOS. (1987). Monumentos Españoles: Catálogo de los Declarados Histórico- Artísticos 1954-1964. Tomos I al IV.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA / DIRECCIÓN GENERAL DE BELLAS ARTES Y BIENES CULTURALES. (1996). Normalización documental de museos: Elementos para una aplicación informática de gestión museográfica.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA, DIRECCIÓN GENERAL DE COOPERACIÓN Y COMUNICACIÓN CULTURAL. (1998). Normativa sobre el patrimonio histórico cultural. Madrid: Colección Análisis y Documentos.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2001). Diccionario de la Lengua Española. España: Vigésima segunda edición.

RIBOT G., Luis A. (2002). El patrimonio histórico-artístico español. Madrid: España.

SALINERO, Carmen (1997). La protección del patrimonio histórico en el Código Penal de 1995, Barcelona: Cedecs.

ST-LAURENT, Gilles. El cuidado y manejo de grabaciones sonoras (National Library of Canadá, División de Música), <http://www.bnv.bib.ve/conservaplan.htm>

SRANG, Thomas. Reducción del riesgo producido por las plagas en las colecciones de patrimonio cultural, http://imaginario.org.ar/apoyo/vol5-2_3.htm

STUART LYNN, M. La relación entre la tecnología de conversión digital y otros procesos de conversión de medios: Glosario estructurado de términos técnicos, Informe de Preservación y Tecnología de Acceso y el Technology Assessment Advisory Committee de la Commission on Preservation and Access, <http://www.bnv.bib.ve/conservaplan.htm>

TÉTREAU, Jean. Materiales para la exhibición: el bueno, el malo, el feo, http://imaginario.org.ar/apoyo/vol7-1_11.htm

THOMSON, Garry (1986). El museo y su entorno, 1er edición, Londres. TODD GLASER, Mary. Conservación de obras de arte sobre papel <http://aic.stanford.edu/library/online/brochures/papel.html>

VAN BOGART, John W.C. Almacenamiento y manipulación de cintas magnéticas: guía para bibliotecas y archivos / (National Media Laboratory) <http://www.bnv.bib.ve/conservaplan.htm>

VAN DER REYDEN, Dianne; VOGT O'CONNOR, Diane. Reconocer los problemas de conservación en los documentos (de papel) <http://www.si.edu/scmre/relact/svidscr.htm>

WATERS, Donald J. Del microfilme a la imagen digital, (Yale University Library), <http://www.bnv.bib.ve/conservaplan.htm>



Curso Académico 2019-20

GESTIÓN DEL PATRIMONIO DOCUMENTAL PUBLICITARIO

Ficha Docente

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

Cada **profesor** que imparte la asignatura decidirá el sistema de evaluación. Dicho sistema puede comprender diferentes actividades con diferentes porcentajes (por ejemplo, 60% el examen final, 20% un trabajo de curso, 20% asistencia) o no (por ejemplo, un 100% el examen final), pero en cualquier caso los criterios de evaluación deben estar claros desde el primer día de curso, y deben mantenerse publicados en el Campus Virtual para que el alumnado pueda consultarlo a lo largo del cuatrimestre.