

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
COLEGIO DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA**

**MERCADOTECNIA DE LA INFORMACIÓN
SEXTO SEMESTRE
2024-2**

LIC. JOSÉ LUIS ALMANZA MORALES

OBJETIVO

Analizar los conceptos y técnicas de la mercadotecnia aplicada a los servicios bibliotecarios y de información.

UNIDADES TEMÁTICAS

Unidad 1. Elementos de la Mercadotecnia

- 1.1 Conceptualización
- 1.2 Los cinco sentidos del ser humano
Vista, Oído, Olfato, Gusto, Tacto
- 1.3 El factor Tiempo o Época
- 1.4 La importancia del Género
- 1.5 ¿Cómo generar Experiencias?

Unidad 2. La Mercadotecnia como parte de la gestión

- 2.1 Desarrollo de un producto o servicio
- 2.2 La marca y el eslogan
- 2.3 Selección de mercado
- 2.4 Investigación de mercado
- 2.5 Las 4P's o las 4C's de la Mercadotecnia
- 2.6 Evaluación

Unidad 3. Tipos de Mercadotecnia

- 3.1 Marketing tradicional y digital
- 3.2 Marketing 4.0 y 5.0
- 3.3 Marketing relacional
- 3.4 Marketing de contenido
- 3.5 Marketing vivencial
- 3.6 Marketing emocional
- 3.7 Marketing viral
- 3.8 Marketing social
- 3.9 Marketing basado en datos
- 3.10 Marketing predictivo
- 3.11 Marketing contextual
- 3.12 Marketing aumentado

Unidad 4. Las unidades de información

- 4.1 Misión, Visión y Objetivos
- 4.2 Conocimiento del usuario
- 4.3 Productos y servicios
- 4.4 Satisfacción del usuario

Unidad 5. Mercadotecnia aplicada a las unidades de información

- 5.1 Establecimiento de metas y objetivos
- 5.3 Diseño de productos y servicios
- 5.4 Difusión
- 5.5 Evaluación

METODOLOGÍA

Los estudiantes realizarán las lecturas señaladas por el profesor las cuales se comentarán en clase, asimismo realizarán la exposición de los temas asignados y se complementarán con la participación de los alumnos y el profesor.

Por otro lado, los alumnos elaborarán diferentes ejercicios de mercadotecnia: 1. Producto o servicio ajeno a bibliotecología. 2. Separador de lectura, Cartel, Evaluación de página web, Infografía y Video, mismos que se analizarán para su elaboración y exposición, los cuales se presentarán durante el semestre y al final del mismo.

EVALUACIÓN

Para evaluar el desempeño de los alumnos se tomará en consideración:

- Reportes de lectura y participación en clase 20%
- Exposición de los temas asignados 20%
- Trabajos parciales 30%
- Trabajo final 30%

Escala de evaluación:

9.6	-	10	=	10
8.6	-	9.5	=	9
7.6	-	8.5	=	8
6.6	-	7.5	=	7
6	-	6.5	=	6
5.9			=	5

BIBLIOGRAFÍA

- Belleflamme, Paul, and Martin Peitz. *Organización industrial: Mercados y estrategias*. Universidad del Rosario, 2021. *Digitalia*, <https://www-digitaliapublishing-com.pbidi.unam.mx:2443/a/111203>
- Bonachera Cano, Francisco J. El dilema del cobro por servicios en las bibliotecas de titularidad pública: una aproximación conceptual y dos visiones contrapuestas. En *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*. 2005; (78) 53-80.
- Carrión Rodríguez, Guadalupe. La profesión bibliotecaria y la mercadotecnia de servicios de información: Algunas reflexiones sobre el caso de México. En *Biblioteca Universitaria, nueva época*. 2005; 8 (2) 111-121, julio diciembre.
- Córdoba López, José Fernando. Del marketing transaccional al marketing relacional. En *Entramado*, 2009 (5) 6-17.
- Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos 2021 / IABMéxico; Kantar; Televisa Digital; Xandr. (consultado el 31 de enero de 2024) <https://www.iabmexico.com/estudios/estudio-de-consumo-de-medios-y-dispositivos-entre-internautas-mexicanos-2021>
- Fundamentos de la publicidad / Universidad Rey Juan Carlos. (consultado el 31 de enero de 2024) www.albertodeduran.es
- González-Fernández-Villavicencio, Nieves. Marketing: no es cuestión de recursos, sino de estrategia. En *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 2014, 29 (108) 9-16.
- González Fernández Villavicencio, Nieves. ¿Qué entendemos por usuario como centro del servicio, estrategia y táctica en marketing?. En *El profesional de la información*. 2015; 24 (1) 5-14.
- González-Fernández-Villavicencio, Nieves. Un plan de marketing no es un plan de comunicación. En *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 2016, 31 (111) 8-26.
- How libraries are creating new and powerful user experiences. Clarivate, 2023. (consultado el 31 de enero de 2024) https://img06.en25.com/Web/ClarivateAnalytics/%7Bca61c162-72e8-4898-9712-0db14240f81e%7D_ExLibris_Experiences_Whitepaper_0723_R03.pdf
- Iglesias, Francisco. ¿Marketing el problema? Marketing la solución. En *Revista General de Información y Documentación*. 1994; 4 (1) 187-195.
- Koontg Cristie. *Comercio y Bibliotecas: ¡ambos atienden a clientes!*. En *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*. 2005, 80: 71-78.

- Kotler, Philip. De las cuatro Ps a las cuatro Cs / Merk2. (consultado el 31 de enero de 2024) <https://utecno.files.wordpress.com/2013/09/kotler-2004-de-las-cuatro-ps-a-las-cuatro-cs.pdf>
- Kotler, Philip. Marketing 5.0: technology for humanity / Hoboken, New Jersey : Wiley, [2021]
- Marengo, Mariela. Qué es el marketing y qué no es marketing (consultado el 18 de febrero de 2005) <http://www.marielamarengo.com/showCMS.asp?>
- Mercadotecnia estratégica: teoría e impacto en las unidades de información / Coordinador Fernando Edmundo González Moreno. México: UNAM, IIBI, 2014. 105 p.
- Mercadotecnia y valores: contradicciones en la educación bibliotecológica / Coordinadora Lina Escalona Ríos. México: UNAM, IIBI, 2013. 94 p.
- R, K. B. Relevance of Ranganathan's laws of library science in library marketing. *Library Philosophy and Practice*. 2011; 1-7.
- Sánchez Jiménez, Miguel Ángel. María Teresa Fernández Alles, Juan José Mier-Terán Franco. Revisión teórica del marketing en los medios sociales: antecedentes y estado de la cuestión. En *Revista de Estudios Empresariales*. Segunda época, 2018, (1) 42-57.
- Social Media Trends 2022. HubSpot; Talkwalker. (consultado el 31 de enero de 2024) <https://offers.hubspot.es/tendencias-redes-sociales-2022>
- Tendencias 2023 / IABMéxico; (consultado el 31 de enero de 2024) <https://www.iabmexico.com/estudios/estudio-de-tendencias-2023/>
- Tendencias de las redes sociales 2021: Un informe detallado para impulsar tu estrategia de redes sociales / HubSpot; Talkwalker. (consultado el 31 de enero de 2024) <https://offers.hubspot.es/tendencias-redes-sociales-2021>