



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN
BIBLIOTECOLOGÍA Y ESTUDIOS DE LA INFORMACIÓN**



Programa de la asignatura

Denominación: **MERCADOTECNIA DE LA INFORMACION**

Clave: 3628	Semestre: SEXTO	Área o campo del conocimiento; eje, bloque, ciclos o tronco curricular: Administración de servicios de información	No. Créditos: 8
Carácter: Obligatorio		Horas	Horas por semana
		Teoría:	Práctica:
Tipo: Teórica		4	0
		4	64
Modalidad: Curso		Duración del programa: Semestral	

Sin seriación

Objetivo general: Analizar los conceptos y técnicas de la mercadotecnia aplicada a los servicios de información

Índice Temático

Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Desarrollo de la mercadotecnia	10	0
2	La mercadotecnia como parte de la gestión	12	0
3	Mercadotecnia	12	0
4	Mercadotecnia aplicada a las unidades de información	12	0
5	Características de los servicios	10	0
6	Personal responsable de la mercadotecnia	8	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

Contenido Temático

Unidad	Temas y subtemas
Unidad 1	Desarrollo de la mercadotecnia
1.1	Conceptualización.
1.2	Corrientes europeas.
1.3	Corrientes norteamericanas.
1.4	La mercadotecnia en México.
Unidad 2	La mercadotecnia como parte de la gestión
2.1	Definición.
2.2	Sistemas de información de la mercadotecnia
2.3	Selección de mercado.
2.4	Investigación de mercado.
2.5	Estrategias mercadotécnicas.

Unidad 3	Mercadotecnia
3.1	Mercadotecnia.
3.2	Mercadotecnia social.
3.3	Producto
3.4	Precio
3.5	Promoción
3.6	Distribución.
Unidad 4	Mercadotecnia aplicada a las unidades de información
4.1	Conocimiento del usuario.
4.2	Satisfacción del usuario
4.3	Productos y servicios
4.4	Evaluación
4.5	Servicios tangibles e intangibles
Unidad 5	Características de los servicios
5.1	Establecimiento de metas y objetivos.
5.2	Investigación de mercado.
5.3	Diseño de servicios.
5.4	Difusión.
Unidad 6	Personal responsable de la mercadotecnia
6.1	Supervisión de personal.
6.2	Evaluación de personal.
6.3	Métodos.
6.4	Psicología ambiental.
6.5	Tecnología (adaptación al cambio).

Bibliografía básica:

Barrera, R. E. (1998). Mercadeo de servicios de información. Medellín, Colombia: Colciencias.

Bautista, E. (2000) La mercadotecnia de la información en las bibliotecas universitarias. Biblioteca Universitaria: Nueva Época, Julio-Diciembre, Vol. 3, no. 2, pp. 108-117.

Coote, H. (1994). How to market your library service effectively (and enjoy it in the process!). London: Aslib.

Elliott, S. E. (1993). Marketing concepts for libraries and information services. London: Library Association.

González, F. (2014). Mercadotecnia estratégica: teoría e impacto en las unidades de información. México: UNAM/IIBI
<https://archive.org/details/MercadotecniaEstrategica.TeoriaElImpactoEnLasUnidadesDeInformacion>

Gorchels, LM. (1995). Trends in marketing services. *Library trends*. 43, 3: 494-509.

Gupta, D. y R. Savard (2010). Marketing Library and Information Services. Encyclopedia of Library and Information Services. London: Taylor and Grancis, pp.3553-3560

Kotler, P. (2004). Las preguntas más frecuentes sobre marketing. México: Norma, 215 p.

Lackie, R., Wood, S. (2015). Creative library marketing and publicity: best practices. Rowman & Littlefield Publishers

Stover Heinz, J. (2017) Library marketing: from passion to practice. Against the Grain, LLC; First edition

Bibliografía complementaria:

Barter, RF. Jr. In search of excellence in libraries. *Library management* 1994; 15 (8) 4-15.

Best, D. *The fourth resource*. England: Gower, 1996.

Bryson, J. *Managing information services: an integrated approach*. Vermont: Gower, 1997.

Carrión Rodríguez, G. *Mercadotecnia de la información*. En Simposio de Sistemas de información. México: Instituto Mexicano del Petróleo, 1990. p. 78-91

Handbook of library and information management. Ray Pryteherch, ed. Aldershot, England: Gower, 1998.

Kotler, Philip. *Megamarketing*. In *Marketing library and information services 2*. London: ASLIB, 1992. p. 17-30.

The marketing of library and information services 2. London: ASLIB, 1992.

Olivera Riverola, Isabel. *Calidad total y los servicios de información*. *Bibliotecólogos* 1997; (ene) 1, (1): 8-14.

Sirking, Arlene Farber. *Marketing planning for library effectiveness*. *Special libraries* 1991; (winter) 82: 1-6

Bibliografía de recursos electrónicos de libre acceso:

García Giménez, Daniel (2010). *Redes sociales : posibilidades de Facebook para las bibliotecas públicas*. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, núm. 24 (juny 2010). Recuperado de: <http://www.ub.edu/bid/24/garcia2.htm>

Cuadrado García, Manuel (2009). *Marketing y bibliotecas : buscando la satisfacción del usuario*. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, núm. 23 (deseembre 2009) Recuperado de: <http://www.ub.edu/bid/23/cuadrado2.htm>

González Fernández-Villavicencio, Nieves (2009). *Bibliotecas y marketing en red*. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, núm. 23 (deseembre 2009). Recuperado de: <http://www.ub.edu/bid/23/gonzalez2.htm>

Tarrés Rosell, Antoni (2009). «La incorporación del marketing en la gestión de archivos». *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, núm. 23 (deseembre 2009). Recuperado de: <http://www.ub.edu/bid/23/tarres2.htm>

Monistrol, Ricard (2009). *Evolución y aplicación del marketing cultural en los museos*. *BiD: textos*

universitaris de biblioteconomia i documentació, núm. 23 (diciembre 2009). [<meta />](#)

<http://www.ub.edu/bid/23/monistol2.htm> 

Moreno Díaz, Juan Manuel (2009). Diseño y desarrollo de políticas de comunicación y difusión para jóvenes en la Biblioteca de Caldes de Montbui. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, núm. 23 (diciembre 2009). Recuperado de: <http://www.ub.edu/bid/23/moreno2.htm>

Fenoll Clarabuch, Carme; Lluca Fonollosa, Ciro (2006). Cincuenta ideas para sorprender desde la biblioteca pública. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, núm. 17 (diciembre 2006). Recuperado de: <http://www.ub.edu/bid/17fenol2.htm>

Sugerencias didácticas:

Exposición a través de Google Classroom	(X)
Exposición audiovisual	(X)
Ejercicios dentro de clase	()
Ejercicios fuera del aula	(X)
Seminarios	()
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajo de investigación	(X)
Prácticas de taller o laboratorio	()
Prácticas de campo	()
Otras: _____	

Mecanismos de evaluación del aprendizaje de los alumnos:

Exámenes parciales	()
Examen final escrito	(X)
Trabajos y tareas fuera del aula	(X)
Exposición de seminarios por los alumnos	()
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)
Seminario	()
Otras: _____	()

Perfil profesiográfico: Licenciatura en Bibliotecología