

"Estrategias de Marketing para Unidades de Información"

Mg. María Graciela Chueque (Universidad Nacional de Mar del Plata – Facultad de Humanidades – Dpto. Ciencias de la Información)

Jornada Presencial: Mañana 4 horas

Tarde 4 horas.

Modalidad: Teórico-Práctico (dinámica de grupos)

Evaluación: Proyecto a implementar (on line), completando las 20hs de carga horaria.

Objetivos

Desarrollar herramientas del Marketing y Negociación para la mejora en la gestión y prestación de servicios en las Unidades de Información, con especial mención en Bibliotecas.

Desde fines del siglo pasado hubo una gran preocupación por mejorar la gestión y el servicio de las bibliotecas buscando en la Administración/Gestión y el Marketing formas alternativas de aplicación (Gloria Pounjan Duarte; Rosa Monfasani entre otros). Hoy en día Marketing, Planeamiento Estratégico, *Benchmarking*, Negociación y estrategias aparecen no sólo en *papers* y libros sino en la práctica.

Asimismo el campo de las Unidades de Información también ha surgido como un sector atractivo para expertos en marketing, el tradicional autor de Marketin, Philip Kotler ha presentado (2001) con su hijo Neil el libro **Estrategias y marketing de museos** allanando cualquier objeción para justificar la aplicación de estas temáticas a todo tipo de Unidades de Información.

Muchos olvidan que las bibliotecas fueron las primeras –por lo menos en nuestro país en instalar Internet y enseñar a usarla, sin pensar que sería su mayor competidor. El desarrollo viral de la información en buscadores, redes, comunidades, instituciones y públicos virtuales 2.0 y 3.0 requiere del marketing para no sólo atraer y fidelizar usuarios sino para reducir la *infoxicación*, surgiendo el **marketing de contenido** y sus estrategias poniendo al profesional de la información en la posición de curador de contenidos para una comunidad de usuarios “no cautivos”.

La propuesta de esta Jornada/Taller es compartir experiencias, anécdotas, pero, fundamentalmente, proponer futuras estrategias para mejor servir a nuestra comunidad de usuarios a través de las herramientas del Marketing y la Negociación.

Contenidos a desarrollar en la actividad:

- *Introducción al Marketing- Estrategias de Marketing - Benchmarking.*
- *Conceptos básicos de Negociación – Estrategias ganar-ganar*

Finalizando con un resumen y conclusiones y la propuesta de un Proyecto individual o en forma grupal.

Metodología, estrategia y recursos didácticos

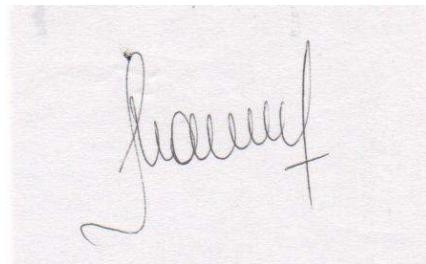
Metodología dinámica de grupo, con exposición teórica y con ejemplos, como disparador de los temas con debate dirigido y simulación administrativa.

Estrategia: basada en el participante, con la consideración de la práctica profesional, desde el conocimiento de la práctica bibliotecaria.

Cronograma:

Distribución	Contenidos	Tiempo Planificado
Presentación del tema y de los participantes	Presentación participantes – filosofía y objetivos del curso	45 minutos
Desarrollo de la temática	El concepto de Marketing – Estrategias – Benchmarking	105 minutos
Break	Pausa – Consultas – Interacción de los participantes,	15 minutos
Práctica	<i>Estrategias de Marketing y Benchmarking en la Biblioteca – Brainstorming- Mindmapping</i>	85 minutos
Tarde		
Síntesis de la Mañana	Breve resumen Marketing- Estrategias- Posicionamiento	45 minutos
Desarrollo de la temática	Negociación – Estrategias Ganar - Ganar	45 minutos
Práctica	Rol Playing: Conflicto con el usuario	45 minutos
Break	Pausa – Consultas – Interacción de los participantes,	15 minutos
Práctica	<i>Negociación ganar- ganar Brainstorming- Mindmapping</i>	45 minutos
Evaluación y Cierre del curso	Propuesta de Trabajo Integral on line (fecha entrega 15 días) Análisis de los manuales Evaluación del Curso Recomendaciones	30 minutos
Despedida		15 minutos

**Quedando a total disposición para cualquier tipo de mejora,
sugerencia o propuesta, saluda atte.**

A handwritten signature in black ink on a light-colored background. The signature reads "María Graciela Chueque" in a cursive, flowing script.

Mg. María Graciela Chueque

Mar del Plata, 16 de agosto 2016.-