



Código: FE4.005 **Título:** MARKETING PARA BIBLIOTECAS

Dirigido a:	
P.A.S.: <input checked="" type="checkbox"/>	
P.D.I.: <input type="checkbox"/>	En especial a: Personal de la Biblioteca de la Universidad de Málaga
Duración y número de participantes:	
5 horas	20 participantes
Fechas y lugar:	
Fechas: 2 de junio de 2020.	
Horario: 9:00 a 14 horas.	
Lugar: campus de Teatinos.	
Formadores/as	
<ul style="list-style-type: none">D. Carlos Campa Silgado, Regional Sales Manager, de EBSCO Information Services	
Objetivos generales de la acción formativa:	
Técnicas para aumentar el uso de los recursos, tratando al usuario como un consumidor.	
Requisitos:	
Modalidad y carácter de la actividad formativa:	
<input checked="" type="checkbox"/> Presencial	<input checked="" type="checkbox"/> Voluntaria
<input type="checkbox"/> Semipresencial	<input type="checkbox"/> Obligatoria
<input type="checkbox"/> Virtual	



Breve presentación

Se pretende dar a conocer técnicas de marketing digital para atraer más usuarios hacia la biblioteca, aumentando así el uso de sus recursos.

Contenidos

1. ¿Se comporta el usuario como un consumidor?
2. ¿Qué compra el usuario? ¿Qué “vende” la biblioteca? ¿Hay conexión?
3. ¿Qué formato llega al consumidor? ¿Qué atrae a un consumidor?
4. ¿Somos bibliotecas mostrador? ¿Se puede cambiar esta tendencia?
¿Que hace falta?
5. ¿Qué papel podrían jugar los bibliotecarios en este nuevo escenario?

Metodología y evaluación

Metodología: Se facilitará al asistente información sobre la aplicación y repercusión de técnicas de marketing en la difusión y comunicación de servicios en una biblioteca universitaria.

Evaluación: Asistencia