

Basic marketing and promotion concepts

Eleonora Dubicki

The Serials Librarian, Vol. 53, n. 3, 2008

Los bibliotecarios necesitan adoptar el marketing y la promoción para entender mejor las necesidades de sus usuarios y para comunicarse con ellos a través de la oferta de servicios bibliotecarios. Este artículo discute los conceptos básicos de marketing adaptándolos al entorno no lucrativo de la biblioteca. Se revisa todo el proceso del marketing, que incluye el desarrollo de un plan de promoción y la utilización de elementos de marketing para la elaboración de tácticas de promoción de los servicios bibliotecarios. Se muestran trabajos aparecidos en otros artículos donde los autores empleaban estas técnicas promocionales para desarrollar e implementar campañas eficaces para la promoción de recursos electrónicos.

Resumen extraído de la publicación