

Agrelo, Juan José Emilio

Relaciones públicas, marketing y animación cultural en bibliotecas

Seminario - Programa 1996

Información adicional en www.memoria.fahce.unlp.edu.ar



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

1996
B-103

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACION
DEPARTAMENTO DE BIBLIOTECOLOGIA Y DOCUMENTACION

Seminario: RELACIONES PUBLICAS, MARKETING Y ANIMACION CULTURAL EN BIBLIOTECAS.-

Profesor: Juan José E. Agrelo

1º cuatrimestre 1996

FUNDAMENTACION

El seminario tiene como objetivo poner al alcance de los bibliotecarios y documentalistas conocimientos actualizados sobre uso de las relaciones públicas, el marketing y la animación cultural en bibliotecas y centros de documentación.

CONTENIDOS

1. La Comunicación
 - 1.1. Proceso de la comunicación
 - 1.2. La comunicación como elemento básico de las relaciones públicas, el marketing y la animación cultural.
 - 1.3. Técnicas de las comunicaciones
 - 1.4. La comunicación en la biblioteca.
2. Relaciones Públicas
 - 2.1. Significación de las relaciones públicas en una organización
 - 2.2. Campo de acción
 - 2.3. Técnicas de las relaciones públicas
 - 2.4. Las relaciones públicas en la biblioteca
3. Marketing
 - 3.1. Significación del marketing
 - 3.2. El "marketing mix"
 - 3.3. Técnicas de comercialización
 - 3.4. El marketing en la biblioteca
4. La animación cultural
 - 4.1. Significación de la animación cultural
 - 4.2. Técnicas
 - 4.3. El bibliotecario como animador cultural
 - 4.4. La animación cultural en la biblioteca

BIBLIOGRAFIA

- Ander-egg, Ezequiel. El léxico del animador. -- Buenos Aires: I.C.S.A./ Humanitas, 1987. -- 69 p.
- Perfil del animador socio-cultural. -- Alicante: I.C.S.A./Humanitas, 1987. -- 117 p.
- La práctica de la animación sociocultural. -- Buenos Aires: I.C.S.A./Humanitas, 1987. -- 173 p.
- Angoff, Allen, ed. Public relations for libraries: essays in communication techniques. -- Westport, Conn.: Greenwood Press, 1973. -- 346 p. -- (Contribution in librarianship and Information Science; 5)
- Carrion Gútiérrez, Manuel. Manual de bibliotecas. -- Madrid: Pirámide/Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1987. -- 756 p. -- (Biblioteca del libro: Serie Mayor)
- Cirigliano, Gustavo F. J. Relaciones públicas. -- 2a. ed. -- Buenos Aires: Eudeba, 1982. -- 172 p. -- (Desarrollo social; 23)
- Chaumely, Jean; Huisman, Denis. Las relaciones públicas. -- Buenos Aires: Eudeba, 1970. -- 116 p. -- (Cuadernos; 122)
- Ernestus, H.; Weger, H. D. ed. Bibliotecas públicas, hoy y mañana. -- Madrid: Pirámide/Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1988. -- 301 p. -- (Biblioteca del libro: Serie Minor)
- Actas del Coloquio Internacional de Bibliotecas, Gutersloh, 1984
- Garvey, Mona. Library Public Relations: a practical handbook. -- New York: Milson, 1980. -- 160 p.
- Kotler, Philip. Dirección de mercadotecnia; análisis, planeamiento y control. -- 2a. ed. -- México: Diana, 1981. -- 1101-p.
- Leerburger, Benedict. Marketing the library. -- New York: Knowledge, 1982. -- 124 p. -- (Professional Librarian Series)
- Lesly Philip. Nuevo manual de relaciones públicas. -- Barcelona: Martínez Roca, 1981. -- 2 v.
- Lougovoy, G.; Linon M. Relaciones públicas. -- 3a. ed. -- Barcelona: Hispano europea, 1983. -- 530 p. -- (Colección Esade)
- Mathews, Anne J. Communicate! A Librarian's guide to interpersonal relations. -- Chicago: AQA, 1983. -- 78 p.

///

Rigaud, Jacques. La animación: atónica, doctrina o espíritu? En su: La cul-
ture para vivir. -- Buenos Aires: Sur, 1974. -- 350 p.

Savard, Réjean. Directrices para la enseñanza de la comercialización en la for-
mación de bibliotecarios, documentalistas y archiveros. -- París: Unesco-PBI,
1988. -- iv, 115 p. -- (PBI; 88/WS/1)



Prof. Juan José Emilio Agrelo