



Universidad Nacional de Córdoba



Facultad de Filosofía y Humanidades UNIC

**Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Filosofía y Humanidades
Escuela de Archivología**

Programa de:
Gestión y Marketing Archivístico
(Cod. 1883)
Año Lectivo: **2024**

Carrera: **Licenciatura en Archivología**
Plan: 2000

Semestre: **Primero**
Carga Horaria: 70 hs.
Hs. Semanales: 6 hs.
Ubicación en la Currícula: **5to año.**

Equipo de cátedra:

Prof. Titular S/D: **Mgter. María Carmen Ladrón de Guevara.**

Fundamentación:

La información es el centro neurálgico en múltiples y diversos de ámbitos que pueden ser académicos, empresariales, económicos, educativos, privados, oficiales; en todos ellos se encuentran presentes los archivos. Para los usuarios es tan importante conocer donde se encuentra dicha información, obtenerla en el tiempo preciso y modo adecuado, como producirla y transmitirla.

Los archivos son entendidos como instituciones de servicio, para administrarlos y darlos a conocer profesionalmente se deben estudiar fundamentos teóricos y utilizar instrumentos técnicos. En este sentido el Marketing es una herramienta de gestión indispensable.

Los archivos, al brindar servicios de información deben realizar una adecuada planificación estratégica, el desarrollo de estudios de mercado, la promoción, el marketing, manejo de imagen corporativa, el servicio al cliente, el adecuado manejo de las relaciones públicas, la motivación del personal, uso y aplicación de las nuevas tecnologías de información y comunicación, a fin de democratizar la información, promover al archivo y el conocimiento que en él se encuentra.

La planificación de marketing es indispensable en toda unidad de Información, que pretenda estar acorde a las necesidades de sus usuarios, adaptándose constantemente a los cambios sociales, tecnológicos, culturales y económicos.

Se destaca la importancia de investigar y analizar el desarrollo del marketing en los archivos resaltando sus beneficios, rescatando el papel desempeñado por estas unidades de información y sus profesionales como agentes sociales que contribuyen al desarrollo de la sociedad.

Entre las habilidades de un buen gestor de información se destaca que pueda combinar el conocimiento de los usuarios con una adecuada estrategia de gestión y posicionamiento de la institución en su entorno. Son muchas las cuestiones que se plantean en este ámbito, entre otras se pueden mencionar: cómo se diseña el producto, qué tipos de estrategias podemos desarrollar, cuáles son más apropiadas para cada contexto, etc.

El marketing maximiza la sensibilización hacia las expectativas, necesidades y deseos de los usuarios. Ayuda a mejorar la imagen de los servicios públicos y sirve para atraer recursos.

Fomenta una filosofía de calidad total y permite el desarrollo de una ventaja competitiva.

El desarrollo de este programa permitirá la toma de conciencia, por parte de los futuros licenciados en archivología, de que la vitalidad de los archivos dependerá en gran medida de la capacidad que posean sus directores para generar y demostrar, en forma dinámica y continua, su valor ante la sociedad.

Objetivos:

Que el estudiante sea capaz de:

- ✓ Conocer la importancia del marketing en los archivos, sus beneficios y su necesidad.
- ✓ Obtener habilidades para formular e implementar estrategias de mercado en el campo archivístico.
- ✓ Aplicar metodologías de estudio de usuarios a los servicios archivísticos.
- ✓ Asumir una actitud crítica frente al rol del archivero y el compromiso social que significa.
- ✓ Transferir correctamente la fundamentación teórica a la práctica de la gestión y marketing archivístico.
- ✓ Participar activamente en las actividades individuales y grupales propuestas durante el desarrollo de la materia.

Contenidos:

Unidad 1: La gestión y el marketing en los archivos.

Objetivo del marketing en unidades de información. Importancia. Fundamentos de marketing. Estrategias de marketing.

Unidad 2: Archivos y usuarios.

Diagnóstico. Usuarios. Segmentación de mercado.

Unidad 3: Estudios de Usuarios.

Definición de los estudios de usuarios. Diseño. Fases.

Unidad 4: Plan de Marketing.

El plan de marketing. Definición del plan. Pasos del plan.

Unidad 5: Difusión y Marketing de archivos.

Servicio educativo de los archivos. Exposiciones.

Bibliografía por unidades:

Unidad 1:

1. González-Fernández-Villavicencio, N. (2015) Marketing: no es una cuestión de recursos, sino de estrategia. Boletín nº 108, Monográfico dedicado a recoger las ponencias, colaboraciones e intervenciones de las XVIII Jornadas Bibliotecarias de Andalucía.
2. Escalona Ríos, L. (2013) Mercadotecnia y valores. México: UNAM.
3. Leal, A.; Quero, M.J. (2011) Manual de marketing y comunicación cultural. Cádiz: Universidad de Cádiz.

Unidad 2 y 3:

1. Algán, R. y Berstein, B. (2020). Investigación de mercado en cultura: una herramienta clave para la gestión de las artes. *Culturas. Revista de Gestión Cultural*,



7(2), 1-19. <https://doi.org/10.4995/cs.2020.14473>

2. Calva González, J. J. (2015) Metodología de investigación sobre usuarios de la información: diferentes métodos, diferentes comunidades En Calva González, J.J. (Coord.) *Bibliotecas, web 2.0 y teoría sobre usuarios*. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.
3. Ladrón de Guevara, M.C. (2010) En búsqueda de la satisfacción de los usuarios de archivo. En: Anuario II: Escuela de Archivología, p. 1-14.
4. Tarango, J. (2013) Análisis del usuario de biblioteca como cliente o beneficiario: una perspectiva desde la mercadotecnia social. En: *Mercadotecnia y valores: ¿contradicciones en la educación bibliotecológica?* / Coordinadora, Lina Escalona Ríos. – México: UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.

Unidad 4:

1. Ladrón de Guevara, M. C., Solaro, G. N., y Rodríguez, M. V. (2019). Conocer, comprender y acompañar a los usuarios de las bibliotecas y archivos. *Estudios de Usuarios*. Córdoba: FFyH. UNC.
2. Ramos Simón, L.F. (1995) *Dirección, Administración y marketing de empresas e instituciones documentales*. Madrid: Síntesis.
3. Tarrés Rosell, A. (2006) *Márquetin y archivos: Propuestas para una aplicación del márquetin en los archivos*. España: Ediciones TREA.

Unidad 5:

1. Adrados Villar, E. (2015) El valor para la sociedad del archivo histórico nacional. En: *Jornadas Archivando: valor, sociedad y archivos: León, 5 y 6 de noviembre*.
2. Amaral, S.A. do. (2013) *Marketing e valores bibliotecários / La mercadotecnia y los valores bibliotecarios*. En: *Mercadotecnia y valores: ¿contradicciones en la educación bibliotecológica?* / Coordinadora, Lina Escalona Ríos. – México: UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información. American Marketing Association.
3. López Scondras, C. (2017). *Prensa para bibliotecarios*. Buenos Aires: Lucas Leyden.

Bibliografía complementaria:

1. Hernández Salazar, P. (2008) *Métodos cualitativos para estudiar a los usuarios de la información*. México: UNAM.
2. Jaén García, L.F. (2008) Los estudios de usuarios en archivos aplicación en el archivo histórico del archivo nacional de Costa Rica, *Revista del Archivo Nacional*, Vol. 72, número 1-12, p.11-72.
3. Kotler, P. Y Armstrong, G. (2008): *Principios de Marketing*. 12.^a ed. Pearson-Prentice Hall.
4. Santaella Ruiz, R.D. (2006) Los archivos históricos provinciales: Estudio de usuarios aplicado en Jaén. En: *Revista General de Información y Documentación*, 16, núm. 2 155-167



Metodología de Trabajo:

Se implementará una metodología que promueva la participación activa de los alumnos a través de formas de trabajo individual y técnicas grupales, estimulando el aprendizaje significativo.

Actividades de aprendizaje:

- ✓ Exposición del docente interactuando con la clase.
- ✓ Lectura y análisis bibliográfico.
- ✓ T. P. grupales aplicando el método de caso único.
- ✓ Exposición de los alumnos.

Condiciones Generales de Cursado

- Régimen de Alumnos: RHCD 363/99 (modificada por las Resoluciones N° 462/99 y N° 248/02 de ese Cuerpo).
- Modificación de Régimen de Alumno en lo atinente a Promoción Directa (habilita esta opción): RHCD 363/2021.
- Certificado Único de Estudiantes Trabajadores y/o con familiares a cargo: RHCD 172/2012
- Régimen de Reparcialización (sólo para materias): RHCD 149/2019
- Protocolos de Accesibilidad Académica: RHCD 526/2019
- Reglamento de Licencias Estudiantiles RHCD 237/2021
- Régimen Docente de la FFyH: Ordenanza HCD 3/2018

Todos los alumnos (promocionales, regulares y libres) deberán presentar las fichas de lectura obligatorias y el trabajo integrador.

Evaluación:

La evaluación se realizará durante todo el proceso de aprendizaje con carácter permanente, en sus funciones de diagnóstico, reajuste y verificación del rendimiento. La evaluación formal se efectuará a través de los trabajos prácticos, exámenes parciales y un examen final.

Criterios de evaluación:

- ✓ Nivel de información adquirido.
- ✓ Utilización correcta de los conceptos.
- ✓ Precisión y claridad en la expresión oral y escrita.
- ✓ Actitud crítica en el análisis y discusión de los temas y los textos.
- ✓ Participación en las actividades de aprendizaje.
- ✓ Integración final de los contenidos.



Cronograma Tentativo 2024

Clase	fecha	Tema/contenido	Carácter de la clase			Modalidad de la clase		Foros
			Teórico	Práctico	Teórico-práctico	Presencial	Virtual	
1	19 de marzo	Introducción	Teórico			Presencial		
2	26 de marzo	La gestión y el marketing en los archivos.	Teórico - Práctico			Presencial		Foro 1
3	9 de abril	Archivos y usuarios.	Teórico - Práctico			Presencial		Foro 2
4	16 de abril	Estudios de usuarios (EU)	Actividad			Presencial		Foro 3
5	23 de abril		Teórico - Práctico			Presencial		Foro 4
6	30 de abril	Diseño de EU	Práctico			Presencial		Foro 5
7	7 de mayo		Teórico			Presencial		Foro 6
8	14 de mayo	1er Parcial Reparcialización 1er Parcial	Teórico			Presencial		Foro 7
9	21 de mayo	Plan de Marketing.	Teórico - Práctico			Asincrónico		Foro 8
10	4 de junio	Difusión y Marketing de archivos.	Teórico - Práctico			Asincrónico		Foro 9
11	11 de junio	2do Parcial Reparcialización 2do Parcial	Teórico			Presencial		
12	18 de junio	Recuperatorios	Teórico			Presencial		

