

CAPACITACIÓN DOCENTE Y MARKETING DIGITAL

DESPIERTA EL AMOR POR LA LECTURA:  
MARKETING PARA BIBLIOTECAS ESCOLARES

Estrategias de Marketing, Branding, Redes Sociales y Herramientas Digitales para promover el hábito lector en estudiantes

| INSTITUCIÓN OFERENTE | MODALIDAD DE DICTADO       | DOCENTE TUTOR        | CARGA HORARIA / CUPO  |
|----------------------|----------------------------|----------------------|-----------------------|
| Fundación Coincidir  | Virtual (Meet & Classroom) | Prof. Sandro Alcacer | 30 Hs Reloj / Máx. 50 |

INTRODUCCIÓN Y FUNDAMENTOS

En un mundo cada vez más digital, es fundamental que las bibliotecas escolares se reinventen y se posicionen como espacios atractivos y dinámicos que fomenten el amor por la lectura. Los bibliotecarios, como verdaderos embajadores de la literatura, juegan un papel crucial en esta tarea.

¿Cómo podemos hacer que nuestros estudiantes se enamoren de los libros y visiten nuestra biblioteca con entusiasmo? La respuesta está en el marketing. A través de esta capacitación, proporcionaremos las herramientas y estrategias necesarias para transformar la biblioteca escolar en un espacio vibrante y lleno de vida.

La lectura contribuye al desarrollo de habilidades cognitivas, lingüísticas y socioemocionales esenciales. El creciente uso de dispositivos digitales plantea un desafío, por lo que el marketing permite comunicar de manera clara y atractiva los servicios y recursos que ofrece la biblioteca, creando una verdadera comunidad lectora.

DESTINATARIOS

Docentes, Directivos, Supervisores e Integrantes de equipos técnicos de nivel inicial, primario, medio, terciario y sus modalidades. Estudiantes avanzados de las carreras docentes.

# PROPUESTA ACADÉMICA | DESCRIPCIÓN GENERAL Y EJES TEMÁTICOS

## DIAGNÓSTICO Y FUNDAMENTACIÓN CONTEXTUAL

Se observa una creciente necesidad de capacitar a los bibliotecarios escolares en estrategias de marketing efectivas para promover el uso de las bibliotecas y fomentar el hábito lector en los estudiantes. A pesar de la importancia de las bibliotecas escolares en el proceso educativo, muchas de ellas enfrentan desafíos para atraer a los estudiantes debido a la falta de conocimiento en marketing, la competencia de dispositivos digitales, cambios en los hábitos de lectura y escasos recursos.

### 1. COMPRENSIÓN Y PÚBLICO

Comprender los principios básicos del marketing y reconocer y segmentar a los diferentes usuarios de la biblioteca (estudiantes, docentes, padres) para adaptar estrategias.

### 2. ESTRATEGIAS Y BRANDING

Desarrollar una identidad visual coherente y utilizar herramientas digitales (redes sociales, blogs, correos) para la promoción de la lectura y creación de contenidos.

### 3. EVALUACIÓN Y COMUNIDAD

Elaborar un plan de marketing integral, organizar eventos, y utilizar herramientas de análisis (KPIs) para medir el impacto y fomentar la comunidad lectora.

## EJES TEMÁTICOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS

### EJE 1: Entendiendo el Mundo del Lector Joven

Psicología del lector joven, tendencias de lectura (novelas gráficas, booktubers) y el rol de las redes sociales para conectar.

>> *Actividad Práctica: "Creación de un Perfil de Lector Joven Ideal" (Identificación de intereses y necesidades).*

### EJE 2: Creando una Imagen Atractiva de la Biblioteca

Branding de la biblioteca (identidad visual, valores), diseño de espacios atractivos y funcionales, comunicación efectiva.

>> *Actividad Práctica: "Creación de un Moodboard Visual para la Biblioteca" (Diseño estético y coherente).*

### EJE 3: Estrategias de Marketing Digital para Bibliotecas

Gestión de perfiles en Instagram, TikTok, Facebook. Creación de contenido de valor, campañas de promoción y marketing de contenidos.

>> *Actividad Práctica: "Crea tu propia campaña en redes sociales: Un desafío para bibliotecarios creativos".*

### EJE 4: Herramientas y Plataformas Digitales

Catálogos en línea, plataformas de préstamo digital (eBooks, audiolibros) y aplicaciones móviles para gestionar préstamos.

>> *Actividad Práctica: "Creación de un Booktrailer Personalizado" (Edición de videos promocionales).*

### EJE 5: Evaluación y Medición de Resultados

Indicadores clave de rendimiento (KPIs), encuestas de satisfacción, feedback y análisis de datos para la toma de decisiones.

>> *Actividad Práctica: "Creando un Tablero de Mando Personalizado" (Monitoreo de impacto).*

## TRABAJO FINAL INTEGRADOR (TFI)

**"Mi Biblioteca, Mi Marca: Plan de Marketing Personalizado".** Desarrollo de un plan estratégico detallado que incluya análisis situacional, definición de objetivos SMART, segmentación, diseño de materiales y métricas de evaluación aplicadas a la propia institución.

# ORGANIZACIÓN ACADÉMICA | CRONOGRAMA Y NORMATIVA

## DISTRIBUCIÓN DE CARGA HORARIA (TOTAL: 30 HORAS RELOJ)



## CRONOGRAMA DE ENCUENTROS

Inscripciones Abiertas | Inicio: 08/10/2026 - Finaliza: 12/11/2026

| ENCUENTRO | CLASE SINCRÓNICA / TEMÁTICA (19:00 A 20:00 HS)                  | TUTORÍA SINCRÓNICA (10:00 A 11:00 HS) |
|-----------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| N° 1      | 08 de octubre: Eje 1: Mundo del Lector Joven (+ 3 hs asincr.)   | 10 de octubre                         |
| N° 2      | 15 de octubre: Eje 2: Imagen Atractiva (+ 3 hs asincr.)         | 17 de octubre                         |
| N° 3      | 22 de octubre: Eje 3: Marketing Digital (+ 3 hs asincr.)        | 24 de octubre                         |
| N° 4      | 29 de octubre: Eje 4: Herramientas Digitales (+ 3 hs asincr.)   | 31 de octubre                         |
| N° 5      | 05 de noviembre: Eje 5: Medición de Resultados (+ 3 hs asincr.) | 07 de noviembre                       |
| N° 6      | 12 de noviembre: Presentación Trabajos Finales (+ 4 hs asincr.) | Cierre del Trayecto                   |

## CONDICIONES DE APROBACIÓN

- Asistencia a las tutorías sincrónicas programadas.
- Aprobar las actividades y foros de cada unidad tematica en Classroom.
- Aprobar el Trabajo Final Integrador (TFI) con propuesta aplicada.
- Entrega de trabajos prácticos en tiempo y forma, empleando lenguaje específico.

## RECURSOS MATERIALES

- Conexión a internet, Computadora / Tablet / Celular.
- Plataforma Classroom y Google Meet.
- Grupo de WhatsApp de soporte.

## BIBLIOGRAFÍA DESTACADA

- **Kotler, P. y Armstrong, G.** (2017). Principios de marketing. Pearson Educación.
- **González, Nieves.** Marketing de las Bibliotecas.
- **Candame.** MarkOnBib: Marketing Online en Bibliotecas.
- **López Cano, M. A.** (2016). Marketing educativo: Una guía para la gestión de instituciones educativas.
- **Rivera, A.** (2018). Social media marketing: La guía completa para crear y gestionar una comunidad online.
- **Content Marketing Institute.** (2021). El libro del contenido.