

O Profissional da Informação e o Marketing Multinível

Francisco Gomes de Oliveira

Concluinte do Curso de Biblioteconomia da UFRN

RESUMO:

A presente pesquisa expõe farto referencial teórico sobre a sociedade da informação e do conhecimento, como também o marketing. Apresenta conceitos para a informação baseado nas teorias da informação e do conhecimento, enfocando a mensurabilidade da informação como resultado do descobrimento do BIT e seus múltiplos e submúltiplos, fato este considerado propulsor da segunda revolução científica da produção intelectual humana, comparando-a com a descoberta do átomo. Destaca a importância e a responsabilidade dos profissionais da informação, os bibliotecários, nesse contexto da era da informação e do conhecimento. O objetivo principal é analisar como o marketing multinível pode auxiliar no alargamento do campo de atuação do profissional da informação. Dentro desse enfoque, traça um panorama sobre marketing, sua origem, conceito e aplicação, tomando como parâmetro as competências informacionais exigidas no marketing bibliotecário, bem como sua conceituação e análises de aplicações. Identifica as práticas do endomarketing nas unidades de informação, confrontando-as com os campos de atuação do profissional bibliotecário. Investiga as práticas do marketing multinível, apontando-o como ampliação do campo de atuação do profissional bibliotecário e, com isso, indicar a quebra de paradigma referente ao perfil ocupacional desses profissionais. Desse modo, discute a utilização das redes sociais como espaço para a aplicação do marketing multinível pelos bibliotecários, atuando na gestão informacional em redes de distribuição independentes na venda direta de produtos e serviços através do network marketing. Conclui com a afirmação de que há uma grande demanda por profissionais de todas as áreas do conhecimento humano, inclusive os profissionais da informação, para operar em empresas que adotam a filosofia e as técnicas do marketing multinível na distribuição interativa de seus produtos e serviços.

Palavras-chave: Marketing. Marketing multinível. Profissional da informação.

Disponível em: < <http://monografias.ufrn.br:8080/jspui/handle/1/715>>