
1 EDITORIAL

ARTIGOS

- 5 **Marketing em unidades de informação:
revisão crítica**
Antônio Felipe Galvão da Silva
- 25 **Enfoque de marketing na distribuição da
revista PAB, como produto de informação**
Maria de Fátima Castro Bayma
- 43 **Impacto das atividades de marketing relativas à
promoção de serviços no CIN/CNEN**
Sueli Angelica do Amaral
- 69 **Marketing no ciberespaço: o desafio
profissional das unidades de informação
brasileiras no contexto da sociedade da
informação**
Sueli Angelica do Amaral
- 89 **Ferramentas para promoção em Web sites
de unidades de informação**
Wagner Junqueira de Araújo
- 109 **Uso e papel promocional do site de biblioteca:
o caso da Biblioteca Central da Universidade
de Brasília**
Tatiara Paranhos Guimarães
- 119 **Perspectivas para o estudo do consumidor de
informação na Web**
Tatiana de Almeida Furquim

Publicação da Associação dos
Bibliotecários do Distrito Federal
(ABDF), com a colaboração do
Departamento de Ciência da In-
formação e Documentação da
Faculdade de Estudos Sociais
Aplicados da Universidade de
Brasília.

Presidente da ABDF:
Iza Antunes de Araújo
Eleonora Freire Motta

Chefe do CID-FA-UnB:
Haruka Nakayama
Antônio Miranda

Editora deste fascículo:
Sueli Angelica do
Amaral

Revisora e Co-Editora:
Tatiara Paranhos
Guimarães

Periodicidade

Semestral, publicada nos
meses de julho e dezembro.

As opiniões emitidas pelos
autores são de sua exclusiva
responsabilidade. Não expres-
sam, necessariamente, as
opiniões da RBB.

Tiragem: 1000 exemplares

Capa: Charles Sebastião
Mayer

ISSN 0100-7157
CODEN RBBRDH