

## MARKETING W BIBLIOTECE

### Zestawienie bibliograficzne w wyborze za lata 1990-2005

**Marketing** – to odpowiednie planowanie, koordynacja i kontrola wszystkich działań przedsiębiorstwa ukierunkowanych na aktualne i potencjalne rynki zbytu. Marketing w nowoczesnym ujęciu traktowany jest jako filozofia prowadzenia biznesu i funkcjonowania przedsiębiorstwa zorientowanego na konsumenta.

W bibliotekarstwie zadaniem marketingu jest rozpoznawanie i kształtowanie potrzeb użytkowników, a następnie ich zaspokajanie poprzez stworzenie odpowiedniego produktu lub usługi, na którą jest popyt wśród klientów biblioteki.

### WYDAWNICTWA ZWARTE

(Książki dostępne w Bibliotece Pedagogicznej w Piotrkowie Trybunalskim i/lub jej Filiach)

BIELSKI Ireneusz : *Podstawy marketingu*. - Wyd. 2 popr. i uzup. - Toruń : Tow. Nauk. Org. i Kierownictwa "Dom Organizatora", 1999

BRADY Regina, FORREST Edward, MIZERSKI Richard : *Marketing w Internecie* / przeł. Tadeusz Walczak. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2002

FURTAK Robert : *Marketing partnerski na rynku usług*. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2003

GARBARSKI Lechosław, RUTKOWSKI Ireneusz, WRZOSEK Wojciech : *Marketing : punkt zwrotny nowoczesnej firmy*. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1996

GŁOWACKA Ewa : *Studium zastosowania kompleksowego zarządzania jakością (TQM) w bibliotekoznawstwie i informacji naukowej*. - Toruń : Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 2000

LAMBIN Jean-Jacques : *Strategiczne zarządzanie marketingowe* / red. nauk. przekł. Marianna Strzyżewska-Kamińska. - Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2001

*MARKETING na rynku instytucjonalnym : praca zbiorowa* / red. Tomasz Gołębiowski. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2003

WOJCIECHOWSKI Jacek : *Organizacja i zarządzanie w bibliotekach*. - Wyd. 2. - Warszawa ; Kraków : Wydaw. Nauk. PWN, 1998

*ZARZĄDZANIE strategiczne i marketingowe w bibliotekach* / [Kom. red. Mariusz Nowak, Paweł Pioterek, Janina Przybysz]. - Poznań : Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, 2004

Zawiera:

Zarządzanie marketingiem w usługach; Misja biblioteki naukowej w teorii i praktyce; Mapa strategii rozwoju biblioteki wyższej szkoły; Planowanie strategiczne w bibliotece akademickiej; Zarządzanie marką w bibliotece; Strategie zarządzania a konkurencyjność szkół wyższych; Marketing bezpośredni w działaniach Biblioteki Głównej Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej we Włocławku; Organizacja pracy i zarządzanie personelem w bibliotece na podstawie rozwiązań zastosowanych w Biblioteki Głównej Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej we Włocławku; Strategie rozwoju Biblioteki Wyższej Szkoły Hotelarstwa i Turystyki w Częstochowie – cele, zadania, perspektywy; Tworzenie i wdrażanie planu marketingowego biblioteki – sztuka czy formalność? Od teorii do praktyki; Wizerunek współczesnej biblioteki; zarządzanie strategiczne w bibliotekach szkół wyższych na przykładzie Biblioteki Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. L. Koźmińskiego, czyli: wczoraj, dziś i jutro biblioteki WSPiZ; Wpływ zarządzania strategicznego w bibliotece uczelnianej na profesjonalną obsługę czytelników; zarządzanie jakością usług w małej bibliotece naukowej; Od wizji do strategii: jak tworzone plan strategiczny Biblioteki DSWE TWP.

## ARTYKUŁY Z CZASOPISM

(Artykuły dostępne w Czytelni Biblioteki Pedagogicznej w Piotrkowie Trybunalskim i/lub jej Filiach)

ADAMSKA Alina : *Działania marketingowe w bibliotece szkolnej* // Poradnik Bibliotekarza. - 2002, [nr] 5, s. 28

BUDKIEWICZ E., MROCZEK R. : *Marketingowa rola wystaw - bibliotekarstwo aktywne* // Bibliotekarz. - 1995 nr 11, s. 15-18

CICHOWSKA Iwona : *Koncepcja marketing-mix w bibliotece szkolnej*. - Bibliogr. // Biblioteka w Szkole. - 2004, [nr] 1, s. 2-3

CYBULSKI Radosław : *Bariera strachu paraliżuje postęp* // Bibliotekarz. - 1996, nr 7/8, s. 10-12  
O zarządzaniu bibliotekami.

CYBULSKI Radosław : *Marketing wewnętrzny* // Bibliotekarz. - 1995, nr 6, s.15-19

CYBULSKI Radosław : *Wizerunek biblioteki w strategii marketingowej* // Bibliotekarz. - 1997, nr 7/8, s.8-10

CYBULSKI Radosław : *Zastosowanie metod marketingowych w bibliotekarstwie* // Bibliotekarz. - 1992, nr 7/8, s. 6-9

CZAJKA Stanisław : *Czy Państwowa Rada Biblioteczna? : poszukiwanie modelu zarządzania bibliotekami w Polsce* // Bibliotekarz. - 1995, nr 1, s. 9-12

DOROŻYŃSKI Ryszard : *Marketing w bibliotece* // Poradnik Bibliotekarza. - 1990, nr 11/12, s. 3-5

*DZIAŁALNOŚĆ bibliotek publicznych : wytyczne IFLA/UNESCO : standardy dla bibliotek publicznych* // Biuletyn EBIB [Dokument elektroniczny]. - 2002, nr 4. - Czasopismo elektroniczne. - Tryb dostępu: <http://ebib.oss.wroc.pl/2002/33/index.php>  
Wytyczne dotyczą m. in. zarządzania i marketingu w bibliotekach publicznych.

GĘBOŁYŚ Zdzisław : *Sponsoring w bibliotekach - szansą!?* // Biuletyn EBIB. - 2002, nr 3. - Czasopismo elektroniczne. - Tryb dostępu: <http://ebib.oss.wroc.pl/2002/32/gebolys.php>

GŁOWACKA Ewa : *Marketing w bibliotece a kompleksowe zarządzanie jakością usług bibliotecznych* // Przegląd Biblioteczny. - 2001, z. 4, s. 347-355

GŁOWACKA Ewa : *Zarządzanie totalne (TQM) w bibliotekach* // Bibliotekarz. - 1995, nr 5, s. 9-14

HUCZEK Marian : *Benchmarking jako metoda poprawy efektywności zarządzania biblioteką* // Biuletyn EBIB [Dokument elektroniczny]. - 2002, nr 3. - Czasopismo elektroniczne. - Tryb dostępu: <http://ebib.oss.wroc.pl/2002/32/huczek2.php>

HUCZEK Marian, SOCHA Irena : *Marketing wewnętrzny czynnikiem poprawy efektywności pracy biblioteki* // Biuletyn EBIB [Dokument elektroniczny]. - 2002, nr 3. - Czasopismo elektroniczne. - Tryb dostępu: <http://ebib.oss.wroc.pl/2002/32/huczek.php>

JAZDON Artur : *Z problemów organizacji i zarządzania biblioteką uczelnianą w procesie automatyzacji* // Bibliotekarz. - 1995, nr 9, s. 7-11

JAZDON Krystyna : *Organizacja i zarządzanie bibliotekami naukowymi w procesie automatyzacji* // Bibliotekarz. - 1995, nr 2, s. 22-24

JENSON Norma B. : *Marketing a amerykańska biblioteka* // Bibliotekarz. - 1991, nr 12, s. 13-16

KLIMUK Maria, TRYBIŃSKA Hanna : *Marketing w bibliotece szkolnej : na przykładzie Zespołu Szkół nr 1 w Elblągu*. - Bibliogr. // Biblioteka w Szkole. - 2003, [nr] 6, s. 20-21

KNOP Urszula : *Marketing w kształceniu użytkowników biblioteki akademickiej* // Bibliotekarz. - 1999, nr 2, s. 19-21

KRAWCZUK Anna, BABICZ Zdzisław : *Zarządzanie informacją w Szkolnym Centrum Informacji* // Biblioteka w Szkole. - 2004, [nr] 4, s. 4-5

KUBÓW Stefan : *„Marketing w bibliotekach - kooperacja i specjalna oferta usługowa jako warunki nowoczesnego marketingu w bibliotekach” - symposium polsko-niemieckie. Berlin 19-22 lutego 1996 r.* // Bibliotekarz. - 1996, nr 7/8, s. 34-37

MĘŻYŃSKI Andrzej : *Nowe wraca : spór wokół ustawy o bibliotekach* // Przegląd Biblioteczny. - 1995, z. 1, s. 27-38

Sprawy centralnego zarządzania bibliotekami w propozycjach Zespołu Ekspertów ds. Bibliotek i Czytelnictwa oraz kolejnych projektach ustawy o bibliotekach.

MIĘDZYKONFERENCJA nt. zarządzania przez jakość w bibliotece akademickiej : [ref.] / oprac. Anna Kmieciak // Bibliotekarz. - 2001, [nr] 3, s. 21-22

MILLER Robert : *Wizja i zarządzanie bibliotekami* // Bibliotekarz. - 1992, nr 7/8, s. 13-15

MOSTOWICZ Emilia : *Marketing w działalności bibliotek i ośrodków informacji* // Przegląd Biblioteczny. - 1992, z. 1/4, s. 35-45

PIETRULEWICZ Renata, KAZANIECKA Danuta : *Działania marketingowe prowadzone przez biblioteki publiczne województwa warmińsko-mazurskiego - opracowanie ankiety* // Bibliotekarz Warmińsko-Mazurski [Dokument elektroniczny]. - 2000, nr 3/4. - Czasopismo elektroniczne. - Tryb dostępu: [http://www.wbp.olsztyn.pl/bwm/3-4\\_00-ie/ankieta.htm](http://www.wbp.olsztyn.pl/bwm/3-4_00-ie/ankieta.htm)

REKOWSKA Maria : *Usługi bibliotek akademickich a marketing* // Biuletyn EBIB [Dokument elektroniczny]. - 2002, nr 3. - Czasopismo elektroniczne. - Tryb dostępu: <http://ebib.oss.wroc.pl/2002/32/rekowska.php>

RYDZ Maria : *Nowe formy planowania i organizacji pracy, czyli próby stosowania marketingu w zarządzaniu* // Bibliotekarz. - 1999, nr 2, s. 15-19

RYDZ Maria : *W stronę marketingu. Cz. 1 i 2* // Bibliotekarz. - 2000, nr 1, s. 6-11; nr 2, s. 18-22

SKOCZYŃSKI Bogumił : *Specyficzny rodzaj marketingu na przykładzie wystawy pt. „Napoleon i jego czasy” w Bibliotece Uniwersyteckiej w Poznaniu* // Bibliotekarz. - 1997, nr 12, s. 12-15

SMYCZYŃSKA Jolanta : *Direct marketing jako promocja Biblioteki British Council w Szczecinie* // Bibliotekarz. 2000, nr 6, s. 14-17

SÓJKA Jan : *Ograniczenia w zarządzaniu bibliotekami uczelni państwowych* // Bibliotekarz. - 1997, nr 6, s. 8-11

ŚLIWKA Magdalena : *Marketing w Książnicy Pomorskiej w Szczecinie jako sposób myślenia i system działania* // Bibliotekarz, - 1996, nr 6, s. 8-10

WOJCIECHOWSKI Jacek : *Marketing w bibliotece.* - Warszawa : Wydaw. SBP, 1993. - Rec: Maj Jerzy // Bibliotekarz. - 1995, nr 3, s. 33-35

WOJCIECHOWSKI Jacek : *Organizacja i zarządzanie w bibliotekach.* - Warszawa ; Kraków, 1997. - Rec: Wołosz Jan // Nowe Książki. - 1998, nr 3, s. 71

ZARZĄDZENIE Ministra Edukacji Narodowej z dnia 12 lutego 1997 r. w sprawie szczegółowych zasad działania klas i szkół sportowych oraz szkół mistrzostwa sportowego ; (Mon. Pol. 1997 r. nr 13, poz. 107) // Biblioteka w Szkole. - 1997, nr 7/8, dod. "Prawo w Szkole" s. 1-2  
Szkoly podstawowe i ponadpodstawowe.

ZAWADA Agnieszka : *Kreowanie rynku bibliotek* // Biuletyn EBIB [Dokument elektroniczny]. - 2002, nr 3. - Czasopismo elektroniczne. - Tryb dostępu: <http://ebib.oss.wroc.pl/2002/32/zawada2.php>

ŻUBRYS Aleksander : *W kierunku biblioteki rynkowej. Marketing, promocja i public relation w bibliotece publicznej.* - Bibliogr. // Poradnik Bibliotekarza. - 1998, nr 7/8, s. 4-9

**WIĘCEJ TEMATYCZNYCH ZESTAWIENÍ BIBLIOGRAFICZNYCH  
ZNAJDZIECIE PAŃSTWO W NASZYM INTERNETOWYM SERWISIE POD ADRESEM  
<http://www.pedagogiczna.edu.pl>**