

*Strategie promocji w bibliotekach akademickich :
zagadnienia teoretyczne i wyniki badań empirycznych*
Katarzyna Bikowska



Zasadniczym przedmiotem podjętych przez autorkę rozważań są działania promocyjne bibliotek akademickich, traktowane przede wszystkim jako proces komunikacji. Głównym celem monografii jest opis strategii promocyjnych wykorzystywanych w bibliotekach akademickich w Polsce i za granicą oraz ocena efektywności tego typu działań. (...) Monografia składa się z czterech rozdziałów, trzech o charakterze teoretycznym i jednego empirycznego. Rozważania w pierwszym rozdziale mają charakter wprowadzający i dotyczą istoty marketingu i promocji. Opisano ich funkcjonowanie w szerokim kontekście teoretycznym związanym z otoczeniem organizacji i procesami rynkowymi. (...) W rozdziale drugim opisano ewolucję działalności promocyjnej w kontekście zmian społeczno-ekonomicznych wynikających z rewolucji technologiczno-komunikacyjnych przełomu XX i XXI w. i wpływu tych zmian na strategię zarządzania i funkcjonowania bibliotek. (...) Rozdział trzeci zawiera przegląd realizacji strategii promocyjnych we współczesnych bibliotekach, zarówno w akademickich, jak i w pozostałych. (...) W rozdziale czwartym zanalizowano szczegółowo strony internetowe i media społecznościowe wybranych dziesięciu polskich i zagranicznych uniwersytetów (badania w 2018 r. i w 2021 r.). Prześledzono aktywność wyspecjalizowanej Sekcji Promocji wybranej biblioteki uniwersyteckiej (działalność za lata 2017-2021). (...) Na podstawie uzyskanych danych oceniono efektywność narzędzi promocyjnych stosowanych w polskich i zagranicznych bibliotekach, a także uzasadniono faktograficznie celowość powoływania odrębnych sekcji promocji w strukturach bibliotek uniwersyteckich.