



**Biblioteka Pedagogiczna w Sieradzu**  
ul. Jagiellońska 2, 98-200 Sieradz  
tel./fax 043 822 31 64, 043 822 49 62, 043 822 80 20  
[www.bpsieradz.pl](http://www.bpsieradz.pl)

## TEMATYCZNE ZESTAWIENIA BIBLIOGRAFICZNE

# MARKETING W BIBLIOTECE

Zestawienie bibliograficzne za lata 2000 - 2011  
sporządzone w oparciu o zbiory  
Biblioteki Pedagogicznej w Sieradzu

Oprac. mgr Ewa Kanicka  
Wydział Udostępniania Zbiorów



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:***

#### **1. Brady Regina**

Marketing w internecie / Regina Brady, Edward Forrest, Richard Mizerski. -Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2002. - 220, [4] s.

**Lokalizacja:** Dział Informacyjno – Bibliograficzny Sygn. 108759

#### **2. Głowacka Ewa**

Studium zastosowania kompleksowego zarządzania jakością (TQM) w bibliotekoznawstwie i informacji naukowej / Ewa Głowacka. - Toruń : Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 2000. - 188 s.

**Lokalizacja:** Dział Informacyjno – Bibliograficzny Sygn. 108018

#### **3. Przybysz Janina**

Plan marketingowy dla biblioteki fachowej : (na przykładzie Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu) / Janina Przybysz, Paweł Pioterek. - Warszawa : Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2000. - 34, [2] s.

**Lokalizacja:** Dział Informacyjno – Bibliograficzny Sygn. 108918

### ***Artykuły z czasopism:***

#### **1. Adamska Alina**

Działania marketingowe w bibliotece szkolnej / Alina Adamska // Poradnik Bibliotekarza. - 2002, nr 5, s. 28

#### **2. Andrejów – Kubów Alina**

Konferencja nt. Marketingu i jakości usług bibliotek niepaństwowych szkół wyższych / Andrejów – Kubów // Bibliotekarz. - 2002, nr 9, s. 24 -26

#### **3. Arkabus Agata**

Zarządzanie w bibliotekach / Agata Arkabus // Poradnik Bibliotekarza. - 2007, nr 3, s. 3-7



- 4. Beller Robert**  
Public relations biblioteki / Robert Beller // Poradnik Bibliotekarza. - 2006, nr 12, s. 13-15
- 5. Budnik Magdalena**  
Marketing w bibliotece / Magdalena Budnik // Życie Szkoły. - 2007, nr 10, s. 42-45
- 6. Cichowska Iwona**  
Koncepcja marketingowa w bibliotece szkolnej / Iwona Cichowska // Biblioteka w Szkole. - 2004, nr 1, s. 2-3
- 7. Cichowska Iwona**  
Marketing – mix w bibliotece szkolnej. Koncepcja 4 K. / Iwona Cichowska // Biblioteka w Szkole. - 2005, nr 2, s. 28
- 8. Czekał Dagmara**  
Działania public relations i reklamy w Miejsko-Gminnej Bibliotece Publicznej w Połańcu / Dagmara Czekał // Bibliotekarz. - 2003, nr 10, s. 23-25
- 9. Frankiewicz Elżbieta**  
Zarządzanie marketingowe biblioteką / Elżbieta Frankiewicz // Poradnik Bibliotekarza. - 2008, nr 4, s. 16-18
- 10. Głowacka Ewa**  
Marketing w bibliotece a kompleksowe zarządzanie jakością usług bibliotecznych / Ewa Głowacka // Przegląd Biblioteczny. - 2001, z. 4, s. 347-355
- 11. Hall Hanna**  
Projektowanie strategii marketingowej w organizacjach niekomercyjnych na przykładzie Biblioteki / Hanna Hall // Poradnik Bibliotekarza. - 2007, nr 7, s. 5-9
- 12. Hope Alina**  
Działania z zakresu public relations w Bibliotece Pedagogicznej w Wejcherowie / Alina Hope // Bibliotekarz. - 2003, nr 7-8, s. 31-33
- 13. Jurowski Marek**  
Działalność promocyjna Biblioteki Wrocławskiej wśród potencjalnych użytkowników / Marek Jurowski // Bibliotekarz. - 2002, nr 10, s. 18-21
- 14. Klimuk Maria**  
Działania marketingowe w bibliotece szkolnej / Maria Klimuk // Biblioteka w Szkole. - 2004, nr 10, s. 13
- 15. Klimuk Maria, Trybińska Hanna**  
Marketing w bibliotece szkolnej : na przykładzie Zespołu Szkół nr 1 w Elblągu / Maria Klimuk, Hanna Trybińska // Biblioteka w Szkole. - 2003, nr 6, s. 20-21
- 16. Kubów Stefan**  
Jak promować bibliotekę? / Stefan Kubów // Bibliotekarz. - 2005, nr 4, s. 2-6 ; 2006, nr 9, s. 10-15



**17. Kubów Stefan**

Marketing usług biblioteki fachowej / Stefan Kubów // Poradnik Bibliotekarza. - 2001, nr 5, s. 16-17

**18. Lison Barbara**

Lobbing na rzecz bibliotek, czyli jak zareklamować własną bibliotekę? / Barbara Lison // Bibliotekarz. - 2008, nr 6, s. 5-9

**19. Międzynarodowa**

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

**20. Paradowski Mateusz**

Dekoracja wnętrza jako element marketingu bibliotecznego / Mateusz Paradowski // Biblioteka w Szkole. - 2011, nr 5, s. 5-7

**21. Parysz Janina**

Biblioteka pedagogiczna : reforma – usługi – promocja / Janina Parysz // Nowe w Szkole. - 2002, nr 12, s. 9-11

**22. Pękaty Wiktoria**

Finansowanie promocji w wybranych bibliotekach publicznych Górnego Śląska / Wiktoria Pękaty // Bibliotekarz. - 2003, nr 10, s. 17-21

**23. Rejmer – Szalla Maria**

Działania marketingowe w Bibliotece Pedagogicznej w Radomiu / Maria Rejmer – Szalla // Poradnik Bibliotekarza. - 2003, nr 9, s. 8-11

**24. Reykowska Maria**

Usługi bibliotek akademickich a marketing / Maria Reykowska // Przegląd Biblioteczny. - 2000, z. 3, s. 159- 164

**25. Rydz Maria**

W stronę marketingu. Cz. 1 / Maria Rydz // Bibliotekarz. - 2000, nr 1, s. 6-11

**26. Rydz Maria**

W stronę marketingu. Cz. 2 / Maria Rydz // Bibliotekarz. - 2000, nr 2, s. 18-22

**27. Rygiel Halina**

Promocja biblioteki pedagogicznej – współpraca ze środowiskiem / Halina Rygiel // Poradnik Bibliotekarza. - 2005, nr 10, s. 21-22

**28. Seta Magdalena**

Badania marketingowe w bibliotekach. Cz.1. Podział badań i projektowanie procesu badawczego / Magdalena Seta // Poradnik Bibliotekarza. - 2011, nr 10, s. 33-36

**29. Smyczyńska Jolanta**

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



**30. Szulc – Krajka Beata**

Zakładki do książki w służbie reklamy / Beata Szulc – Krajka // Poradnik Bibliotekarza. - 2005, nr 4, s. 28-30

**31. Szygula Ewa**

Marketing w bibliotece szkolnej – czyli jak zdobyć fundusze na powiększenie księgozbioru? / Ewa Szygula // Wychowanie na co Dzień. - 2005, nr 6, wkł. s. VII-VIII

**32. Tyszka Wojciech**

Public relationstece Narodowej w Bibliotece Narodowej / Wojciech Tyszka // Bibliotekarz. - 2000, nr 12, s.16-18

**33. Włodarska Iwona**

Bądź widoczny, czyli jak się promować / Iwona Włodarska // Biblioteka. Szkolne Centrum Informacji. - 2008, nr 1, s.24-25

**34. Wojciechowski Jacek**

Rejestr słabości domniemanych / Jacek Wojciechowski // Bibliotekarz. - 2006, nr 4, s. 2-6

**35. Wojnisz Grażyna**

Wizerunek biblioteki a wykształcenie kadry bibliotecznej / Grażyna Wojnisz // Bibliotekarz. - 2008, nr 6, s.17-21

**36. Wołosz Jan**

Witamy w bibliotece / Jan Wołosz // Bibliotekarz. - 2002, nr 11, s. 29-30

**37. Zając Michał**

Marketing w bibliotekach publicznych : bariery i wyzwania / Michał Zając // Poradnik Bibliotekarza. - 2005, nr 12, s. 4-9

**38. Żarów Anna**

Metody badań jakości pracy biblioteki / Anna Żarów // Biblioteka w Szkole. - 2004, nr 6, s. 6-9