

■ REZUMATELE ARTICOLELOR ■

Octavia-Luciana Porumbeanu

O nouă provocare pentru bibliotecari: managementul cunoașterii

Alături de alte organizații ale societății contemporane, structurile infodocumentare au resimțit și ele schimbările pe care le-a generat Economia Cunoașterii. Bibliotecile au trebuit să se adapteze la aceste modificări, să răspundă la provocările Erei Informaționale și să evolueze din instituții care conservă și oferă accesul la un patrimoniu, în elemente ale unui depozit global al cunoașterii.

Managementul cunoașterii, un concept cheie în dezvoltarea organizațiilor, o disciplină managerială nouă care urmărește asigurarea succesului organizației printr-o bună dinamizare a cunoștințelor de care aceasta dispune, a devenit și pentru structurile infodocumentare o problemă importantă.

Bibliotecile și bibliotecarii trebuie să fie mediatori în Societatea Cunoașterii și să sprijine utilizatorii din toate domeniile de activitate.

Cuvinte-cheie: *Societatea Cunoașterii; managementul cunoașterii; bibliotecă; bibliotecari*

Victoria Frâncu

Marketing de bibliotecă în activitățile de catalogare-indexare

În contextul mai larg al marketingului serviciilor de bibliotecă, articolul prezintă succint și aplicat câteva metode de promovare a bibliotecii specifice activităților de catalogare, indexare și regăsire a informațiilor. Pornind de la sloganul „Web site-ul ESTE bibliotecă”, este subliniată importanța permanenței actualizării a acestei porți spre universul cunoașterii.

În continuare sunt menționate metode și tehnici de marketing de bibliotecă: aspectul catalogului online, prin interfața cu utilizatorul; sondajele în rândul utilizatorilor privind calitatea catalogului; asistența acordată de bibliotecarii de referință în regăsirea informației concomitent cu afișarea vizibilă a unor instrucțiuni de regăsire; existența unor instrumente de regăsire a informației în zona catalogului. Organizarea unor expoziții de carte pe diverse criterii ca: subiecte specializate, evenimente culturale speciale sunt de asemenea menite să conștientizeze utilizatorii potențiali de calitatea colecțiilor bibliotecii. Cunoașterea temelor de cercetare pentru studii aprofundate (masterat, doctorat) și alcătuirea unor bibliografii pe aceste teme completează metodele de marketing prezentate.

Cuvinte-cheie: *marketing; servicii de bibliotecă; catalogare; indexare; regăsirea informațiilor*

Ionica Șerban

Marketingul produselor și serviciilor de informare în Biblioteca Universității Naționale de Apărare

În ultimii ani, marketingul și-a câștigat un rol important în bibliotecile din lumea întreagă. Creșterea competiției pe piață, creșterea nevoilor utilizatorilor, precum și a accesului la informații sunt principalele motive ale acestei noi orientări. Pentru a supraviețui într-un asemenea mediu, bibliotecile și centrele de informare trebuie să identifice nevoile utilizatorilor și să exploateze informațiile obținute în activitatea zilnică. Prima condiție pentru succesul marketingului într-o bibliotecă este ca managerul să înțeleagă uriașele beneficii care pot fi obținute ca urmare a studiilor de marketing.

Cuvinte-cheie: *marketing; servicii de bibliotecă; produse de informare; Biblioteca Universității Naționale de Apărare*

Viorica Iepureanu

Evaluarea publicațiilor provenite din donații

Unul din cele mai importante obstacole cu care o bibliotecă se confruntă în acest moment este declinul puterii de cumpărare din cauza bugetelor extrem de restrictive.

Forțate să funcționeze în aceste condiții restrictive, bibliotecile s-au orientat spre achiziționarea cu un rabat semnificativ, împrumut interbibliotecar intern și internațional și mai ales tratarea cu foarte mult profesionalism și atenție a donațiilor de publicații, care reprezintă peste 2/3 din totalul titlurilor intrate în colecții într-un an de zile.

Iată de ce credem că este necesar să existe o listă de prețuri, pe tip de documente, pentru a fi folosită în întreaga rețea de biblioteci, în scopul de a elimina discrepanțele de prețuri a unui document de la o bibliotecă la alta.

Cuvinte-cheie: *dezvoltarea colecțiilor; donații*

Rodica Mandea

Integrarea profesilor în informare și documentare pe piața europeană a muncii

Articolul prezintă rezultatele unui proiect de cercetare internațional pentru elaborarea Referențialului competențelor profesioniștilor în informare și documentare din Europa. Instrumentul este util atât în autoevaluarea, cât și în validarea competențelor specialiștilor din țările membre ale Uniunii Europene implicați în activitățile de informare și documentare.

Cuvinte-cheie: *informare și documentare; profesii; competențe; euroreferențial*

Agnes Erich

Standarde și rețele de informații utilizate în informatizarea structurilor de informare și documentare

Lucrarea prezintă o parte din standardele utilizate în biblioteci: formatele MARC, norma Z 39.50 (protocol pentru regăsirea și transferul de informații din baze de date), EDI - Electronic Data Interchange (schimbul între diverse organizații de documente cu caracter comercial sub o formă structurată, susceptibilă de a fi prelucrată de un sistem informatic), EDILIBE II: Electronic Data Interchange for Libraries and Booksellers in Europe (standardizarea schimbului electronic de informații conținând mesaje de afaceri între biblioteci și vânzătorii de carte din Europa), AACR: Anglo-American Cataloguing Rules etc.

Cuvinte-cheie: *informatizare; standarde de bibliotecă*

Elena Târșiman

Canalul informațional autor - utilizator în context electronic

Articolul tratează aspecte privind mutațiile care se produc, sub influența Noilor Tehnologii ale Informării și Comunicării (NTIC), în spațiul autorului, editorului, librarului, bibliotecarului și utilizatorului de resurse informaționale. Sunt evidențiate transformările conținuturilor activităților intelectuale și practice în canalul informațional dintre autor și utilizator.

Cuvinte-cheie: *autor; editor; librar; bibliotecar; utilizator; NTIC; resurse informaționale*