

Project "Modernization of academic library services in Moldova"  
Project number CPEA-2015/10014. Project period: 03/2016-10/2019

Proiect „Modernizarea serviciilor bibliotecilor universitare din Moldova”.  
Numărul proiectului: CPEA-2015/10014. Termenul proiectului: 03/2016-10/2019



## RAPORT

Privind elaborarea programelor de promovare  
ale bibliotecilor pentru anul 2017

## ОТЧЕТ

О разработке программ по продвижению библиотек  
на 2017 год

## RAPORT

### Privind elaborarea programelor de promovare ale bibliotecilor pentru anul 2017

Promovarea bibliotecilor universitare, a produselor și a serviciilor lor – sunt direcții importante în activitatea fiecărei biblioteci. Astăzi, bibliotecile caută în mod activ forme inovatoare de promovare a activităților sale, introducând în activitatea tradițională idei noi, pentru a atrage utilizatorii și pentru a crea o imagine pozitivă a bibliotecii.

Bibliotecile universitare din Moldova recunosc importanța stringentă de a-și promova activitățile și reieșind din aceasta, elaborarea programului de promovare a devenit o direcție importantă în activitatea bibliotecilor moderne. La momentul actual, elaborarea programului de promovare devine o parte integrantă a programului anual de activitate a bibliotecii.

Analiza programelor de promovare a 18 biblioteci universitare, elaborate în cadrul proiectului „Modernizarea serviciilor bibliotecilor universitare din Moldova”, permite determinarea nivelului de cunoștințe al specialiștilor de bibliotecă în domeniul promovării, a experienței și a abilităților lor de a utiliza tehnici de promovare și de planificarea lor.

În procesul de elaborare a programelor de promovare a bibliotecilor universitare și a serviciilor lor, bibliotecarii utilizează prezentări, metode interactive și multimedia. Analiza arată că, în toate programele, într-o măsură mai mare sau mai mică, sunt utilizate tehnologiile și metodele moderne de promovare (crearea clipurilor video, crearea website-urilor etc.).

Top-managerii bibliotecilor universitare conștientizează importanța planificării operaționale și într-o formă sau alta planifică anual activități de promovare.

O altă particularitate a activității de promovare a bibliotecilor constă în faptul că aceasta implică crearea unor parteneriate cu organizații și instituții, pentru care este deasemenea clară importanța promovării. Analiza partenerilor bibliotecilor care au fost anunțați în programele de promovare, a arătat că aceștia sunt în majoritatea cazurilor, administrația universităților, mass-media (electronică și tradițională), bibliotecile altor universități etc.

Analiza programelor de promovare a relevat o serie de deficiențe în planificarea activității de promovare:

- misiunea deseori este formulată greoi și prea complicat;
- programele nu sunt suficient de clare și concrete;
- unele biblioteci au intitulat documentul „Program de marketing”, care este un concept mai larg și presupune o gamă mai largă de activități. „Programul de promovare”, în opinia noastră, este mai precis, deoarece acesta se referă numai la activitățile de promovare;
- a fost observată repetarea în programe a acelorași evenimente;
- la analiza SWOT, unele funcții și sarcini obligatorii ale bibliotecilor au fost prezentate ca puncte forte;

- în unele programe a fost indicat că promovarea este scopul, pe când promovarea este doar un instrument, un mijloc pentru atingerea unui scop;
- înregistrarea datelor bibliografice, elaborarea bibliografiilor, instalarea calculatoarelor în sala de lectură, dezvoltarea catalogului electronic, scanarea, copierea, crearea de produse informaționale - nu constituie subiecte ale activității de promovare;
- nu sunt utilizate toate canalele de comunicare, lipsesc activități de PR etc.;
- nu în toate programele este specificat grupul țintă, acoperirea geografică, precum și responsabilii pentru realizarea activităților;
- tematica activităților nu întotdeauna corespunde cu scopul de a promova biblioteca și serviciile de bibliotecă.

Astfel, se poate vorbi despre inițierea procesului de planificare a activității de promovare în bibliotecile universitare din Republica Moldova. Cu toate acestea, nu există o viziune clară în rândul specialiștilor din biblioteci privind activitatea de promovare și a particularităților de utilizare a tuturor instrumentelor sale.

Lipsa experienței suficiente în domeniul promovării, caracterul inovațional al unor tehnici de promovare cauzează unele dificultăți privind planificarea și realizarea acestei activități în rândul bibliotecarilor. Cu toate acestea, dificultățile menționate sunt compensate de entuziasmul bibliotecarilor, care vin cu idei noi și manifestă dorința de a consolida poziția bibliotecilor universitare în mediul informațional al țării. Astfel, de exemplu, propunerile: de a redenumi „Sala de lectură” în „Sala de comunicare, creativitate și petrecere activă a timpului liber”, crearea programelor de loialitate pentru utilizatori, organizarea flashmob-urilor dedicate anumitor aniversări și/sau evenimente, organizarea activităților de lobby privind interesele bibliotecilor la diferite nivele etc. – toate acestea demonstrează adaptarea activă a bibliotecilor la condițiile în schimbare rapidă de pe piața informațională.

Astfel, programele de promovare a 18 biblioteci universitare din Republica Moldova care au fost analizate, pot fi incluse în programele anuale de activitate ale bibliotecilor pentru anul 2017 și pot să devină un ghid de acțiune pentru crearea unei imagini pozitive și atractive a bibliotecii universitare moderne.

**Au elaborat:**  
**dr. Elena RAILEAN**  
**Ina NICUȚĂ**

## ОТЧЕТ о разработке программ по продвижению библиотек на 2017 год

Продвижение вузовских библиотек, их продуктов и услуг – важнейшие направления в деятельности каждой библиотеки. Сегодня библиотеки ведут активный поиск нестандартных форм продвижения своей деятельности, внося в традиционную работу новые идеи, привлекают читателей и создают позитивный образ библиотеки.

Вузовские библиотеки Молдовы осознают актуальность продвижения своей деятельности, поэтому разработка плана продвижения становится важным направлением в деятельности современных библиотек. На современном этапе разработка плана продвижения становится составной частью ежегодного плана библиотеки.

Анализ 18 планов продвижения вузовских библиотек, представленных в рамках проекта «Modernization of academic library services in Moldova» позволяет определить уровень знаний библиотечных специалистов в области продвижения, их опыт и навыки использования техник продвижения и их планирования.

Разрабатывая планы продвижения вузовских библиотек и их услуг, библиотекари используют презентационные, интерактивные, мультимедийные формы работы. Анализ показывает, что во всех планах, в той или иной степени, используются современные технологии и методы продвижения библиотеки и ее деятельности. Это и создание видеороликов, и создание веб-сайтов библиотек и многое другое.

Топ - менеджмент вузовских библиотек осознает важность операционного планирования и в той или иной форме планирует ежегодно мероприятия по продвижению.

Другая особенность современной деятельности библиотек по продвижению своей деятельности заключается в том, что она предполагает широкое партнерство с организациями и учреждениями, для которых также ясна важность заявленной проблемы. Анализ партнеров библиотеки, заявленных в планах и участвующих в продвижении, показал, что это, прежде всего, администрация вузов, средства массовой информации (электронные и печатные), библиотеки других вузов и многое другое.

Анализ программ продвижения позволил выявить ряд недочетов в планировании продвижения:

- Заявленные миссии часто страдают громоздкостью и сложными формулировками;
- Планам не хватает четкости и конкретности;
- Некоторые библиотеки назвали документ «План маркетинга», что достаточно широко и предусматривает более широкий спектр деятельности. «План продвижения», по нашему мнению, является более точным, так как его мероприятия охватывают только мероприятия продвижения;
- Замечены повторения в планах одних и тех же мероприятий;

- Некоторые обязательные для библиотек функции и задачи были представлены как сильные стороны библиотеки;
- Некоторые разработчики указывали, что продвижение является целью, забывая, что продвижение является лишь инструментом, средством для достижения цели;
- Регистрация библиографических данных, подключение компьютеров в читальном зале, развитие электронного каталога, сканирование, копирование, создание информационных продуктов не включаются в деятельность продвижения;
- Не задействованы все коммуникационные каналы, отсутствие мероприятий PR и т.д.;
- Не во всех планах указана целевая аудитория, географический охват и ответственные за реализацию мероприятий.
- Тематика заявленных мероприятий не всегда соответствует цели продвижения библиотеки и ее услуг.

Таким образом, можно говорить об инициировании планирования продвижения в вузовских библиотеках Республики Молдова. Однако отсутствует полное понимание продвижения, особенностей использования всех его инструментов среди библиотечных специалистов.

Отсутствие достаточного опыта продвижения, инновационность некоторых техник продвижения вызывает некоторые затруднения в планировании и реализации данной деятельности среди библиотечных специалистов. Однако данные препятствия с лихвой окупаются энтузиазмом библиотекарей, новыми идеями и желанием укрепить позиции вузовских библиотек в информационной среде страны. Так, например, предложения: переименовать «Читальный зал» в «Зал общения, творчества и активного досуга», создать программы лояльности для удержания читателей, провести флэшмобы к определенным датам и событиям, лоббировать интересы библиотек в вышестоящих инстанциях и др. - позволяют говорить об активной адаптации библиотек к быстро меняющимся условиям существования на информационном рынке.

Таким образом, предложенные к анализу планы продвижения 18 вузовских библиотек Республики Молдова, могут быть включены в годовые планы деятельности библиотек на 2017 год и стать руководством к действию в создании позитивного и привлекательного образа современной библиотеки вуза.

**Разработали:**

**др. Елена РАЙЛЯН**

**Ина НИКУЦЭ**