

EXPERIENȚA BIBLIOTECII ȘTIINȚIFICE A ACADEMIEI DE STUDII ECONOMICE DIN MOLDOVA ÎN PROMOVAREA IMAGINII ȘI A SERVICIILOR INFORMAȚIONALE ÎN MEDIUL ONLINE

*Angela Amorțitu, bibliotecar principal,
Biblioteca Științifică a Academiei de Studii Economice din Moldova*

THE EXPERIENCE OF THE SCIENTIFIC LIBRARY OF THE ACADEMY OF ECONOMIC STUDIES OF MOLDOVA IN PROMOTING THE IMAGE AND INFORMATION SERVICES IN THE ONLINE ENVIRONMENT

*Angela Amorțitu, head librarian
The Scientific Library of Academy of Economic Studies of Moldova
ORCID: 0000-0002-6831-4693
amorțitu@lib.ase.md*

CZU: 027.7:021.7

DOI: 10.46727/c.v1.24-25-03-2023.p354-363

Abstract. The library is an important center of informational and cultural communication for its community. In order to remain in the community's attention and to arouse the interest of new segments of the public, the library needs continuous and effective promotion.

Through appropriate promotion, info-documentary institutions can create a favorable image, provoke or amplify the beneficiaries' curiosity for books and information, for tools and information search systems, as well as the interest to study and inform themselves for various curricular activities.

The Scientific Library of ASEM uses online marketing through social media in an effective way, focusing on defining target market segments and their needs, establishing the right tools for organizing and carrying out activities. Examples of tools and methods used to promote the products and services of the ASEM Scientific Library in the online environment are provided. The success and image of the library is constituted by its visibility in the community.

Keywords: academic library, library services, library promotion, library image, online marketing, Social Media (SM).

Astăzi, dezvoltarea bibliotecilor universitare are loc „într-o perioadă caracterizată printr-o creștere colosală a vitezei de modificare a spațiului informațional, reformare a sistemului de învățământ și a comunicării științifice, precum și alte crize regionale și locale” [9, p. 71]. În aceste condiții anume bibliotecile sunt considerate instituții publice fundamentale care asigură factorii relevanți pentru crearea unor comunități informate și bine documentate.

Transformarea globală a mediului educațional a devenit o anumită provocare pentru activitatea bibliotecilor universitare, deschizând perspective noi de implementare a ceea ce nu era posibil fără consolidarea poziției bibliotecii în comunitatea academică [1, p. 67].

În ultimele decenii, bibliotecile demonstrează din ce în ce mai mult valoarea personalului lor, a serviciilor și a existenței în general atât pentru fondatori, cât și pentru utilizatorii care și-au schimbat comportamentul informațional. Cheia succesului constă în flexibilitatea mediului intern de bibliotecă, precum și în capacitatea de a prezice, utiliza și gestiona modificările din mediul extern. Acest lucru depinde în mare măsură de faptul dacă biblioteca are o politică de marketing – o înțelegere atât a necesității sale, cât și a principiilor implementării sale.

Biblioteca își fundamentează activitatea sa pe folosirea în comun a ideilor și a resurselor, și pe colaborarea pentru a inova și a demonstra reziliență. Astfel, în raportul IFLA VIZIUNE GLOBALĂ au fost identificate 10 *constatări cheie* și 10 *oportunități* pentru acțiunile în comun în abordarea provocărilor pentru domeniul biblioteconomic:

- *Trebuie să apărăm libertatea intelectuală.* Accesul egal și liber la informație și cunoaștere depinde de libertatea de expresie. Este necesară o mai bună înțelegere a rolului bibliotecilor în asigurarea acesteia.
- *Trebuie să ne adaptăm rolurile tradiționale în era digitală.* Pentru a susține educația, alfabetizarea și lectura în mod semnificativ într-o eră digitală, bibliotecile trebuie să se adapteze continuu. Serviciile, colecțiile și practicile trebuie dezvoltate pentru a satisface așteptările utilizatorilor.
- *Trebuie să înțelegem nevoile comunității mai bine și să gândim serviciile pentru a crea un impact.* Extinderea influenței bibliotecii va servi la conectarea cu partenerii locali, antrenarea unor sectoare noi și insuficient deservite ale comunității noastre și crearea unui impact măsurabil asupra vieții oamenilor.
- *Trebuie să ținem pasul cu progresele tehnologice.* Este imperios necesar ca toate bibliotecile să dispună de instrumentele, infrastructura, finanțarea și competențele adecvate pentru a profita de oportunitățile oferite de inovațiile digitale.
- *Avem nevoie de susținători mai mulți și mai buni la toate nivelurile.* Trebuie să existe o înțelegere mai profundă a nevoii de susținere pentru ameliorarea percepțiilor și realizarea obiectivelor noastre.
- *Trebuie să ne asigurăm că părțile interesate înțeleg valoarea și impactul nostru.* Susținerea capacității bibliotecilor de a asigura valoare va sta la baza recunoașterii și sprijinului din partea factorilor de decizie.
- *Trebuie să dezvoltăm spiritul de colaborare.* Înțelegerea și abordarea barierelor reale și percepute în calea colaborării vor servi la stoparea unei tendințe de a lucra în izolare și la realizarea viziunii unui domeniu unificat al biblioteconomiei.
- *Trebuie să contestăm structurile și comportamentele actuale.* Depășirea modului pasiv de gândire și adoptarea inovațiilor și transformărilor ne vor permite să abordăm provocările din domeniul biblioteconomiei.
- *Trebuie să maximizăm accesul la moștenirea documentară mondială.* Ca domeniu unificat, trebuie să aplicăm practici și instrumente inovatoare, să împărtășim expertiza și resursele și să susținem soluțiile la provocările legale și financiare, pentru a permite accesul la operele pe care le protejăm.
- *Trebuie să oferim tinerilor profesioniști oportunități efective de a învăța, de a se perfecționa și de a conduce.* Capacitatea acestui domeniu de dezvoltare și conectare a tinerilor profesioniști trebuie să țină pasul cu cerințele în schimbare și să le permită acestora să devină lideri ai viitorului [12].

În aceste condiții, prioritățile de dezvoltare a Bibliotecii Științifice a ASEM răspund explicit tendinței de a acorda servicii de calitate superioară în conformitate cu scopul propus întru edificarea unei e-Europe, contribuind astfel la dezvoltarea atitudinii pozitive față de educație și cunoștințe [5, p. 11].

Într-o eră a tehnologiilor avansate și a unei rate sporite de penetrare a internetului, promovarea în mediul online reprezintă un instrument util pentru a ajunge rapid la publicul țintă și furnizarea informațiilor despre valoarea utilitară a serviciilor, destinația lor, condițiile de obținere și utilizare etc.

Scopul promovării poate fi descris cu ajutorul a trei verbe la infinitiv: *a comunica, a convinge și a concura*. Aceștia ar fi cei trei piloni importanți într-o activitate de marketing cât mai eficientă. Pentru a atinge acest nivel, ar trebui să răspundem la următoarele întrebări:

1. Cui se adresează biblioteca?
2. Care este publicul țintă?
3. Care le sunt dorințele și necesitățile?

4. De ce au solicitat serviciile bibliotecii noastre? [15, p. 62].

Sarcinile principale ale promovării serviciilor de bibliotecă sunt:

- formarea unei imagini de prestigiu despre bibliotecă în mediul populației, sponsorilor, reprezentanților administrației publice, organizațiilor nonguvernamentale etc.;
- informarea despre noile servicii propuse de bibliotecă; menținerea popularității serviciilor curente, convingerea beneficiarilor de utilitatea lor;
- informarea potențialilor utilizatori despre timpul, locul și condițiile prestării serviciilor;
- accentuarea atenției potențialilor beneficiari asupra particularităților specifice și utilității serviciilor prestate, asupra gratuității principalelor forme de servire și a prețurilor relativ mici la serviciile suplimentare [2, p. 134].

Pentru realizarea efectivă a promovării imaginii în mediul online Biblioteca Științifică a ASEM folosește propriile capacități prin următoarele instrumente:

- Site-ul Bibliotecii Științifice ASEM <https://lib.ase.md/>;
- Catalogul electronic PRIMO <http://primo.libuniv.md/>;
- Repozitoriul Instituțional IREK ASEM <https://irek.ase.md/xmlui/>;
- Platforme de instruire online: Moodle, Google MEET, ZOOM, platforma de instruire pentru bibliotecari PIBUS;
- Facebook <https://www.facebook.com/biblioteca.asem/>;
- Youtube <https://www.youtube.com/user/BibliotecaASEM>.

Pagina WEB

Unul din instrumentele de bază ale promovării bibliotecii este pagina web sau site-ul bibliotecii. Conform standardului SM ISO 11620:2011, *site-ul bibliotecii este un serviciu electronic ce are un domen (nume) unic pe Internet și se compune dintr-un ansamblu de pagini editate de bibliotecă, destinate pentru deschiderea accesului la serviciile și resursele bibliotecii* [11].

Pagina web este un „bun imobiliar” [15, p. 63] ce găzduiește tot ce înseamnă Biblioteca și reprezintă legătura dintre bibliotecă și utilizatorii ei, sub forma imaginii și textului. Reputația unui site bun include pe lângă informația despre resursele, serviciile și produsele și un design al interfeței, ce ar atrage creșterea vizibilității și a cererii pentru ceea ce se oferă și se reflectă în statisticile și rapoartele anuale.

Site-ului BS ASEM integrează catalogul electronic, repozitoriul instituțional, link-uri pentru acces la baze de date, expoziții informative și tematice, diverse tutoriale pentru utilizatori, serviciul *Întrebă bibliotecarul*, formularul online *Propuneri de achiziții*, precum și alte date, informații utile.



Fig. 1. Pagina WEB a BȘ a ASEM

În așa mod, odată intrat în circuitul global al informației, site-ul <https://lib.ase.md/> pune la dispoziție un volum cuprinzător de informații ce țin de activitatea culturală, editorială și informațională a BȘ ASEM.

Catalogul electronic PRIMO

Pentru informatizarea proceselor de bibliotecă se utilizează sistemul ALEPH și platforma PRIMO <http://primo.libuniv.md/>. Aceste două sisteme informatice asigură menținerea infrastructurii informaționale prin crearea catalogului unic partajat, căutarea și accesul la resursele informaționale pentru utilizatorii locali și la distanță. Au fost implementate în 2016 în cadrul proiectului TEMPUS „Servicii informaționale moderne pentru îmbunătățirea calității studiilor” („Modern Information Services for Improvement Study Quality (MISISQ)”) și oferă soluții de căutare și livrare a întregului spectru de publicații din bibliotecă concomitent, indiferent de tipul resurselor și amplasarea acestora, într-o singură interfață grafică pentru utilizator.

Avantajul cheie al platformei constă în faptul că sporește potențialul bibliotecilor de a oferi accesul simultan utilizatorilor dintr-un singur punct la o multitudine de resurse informaționale, adică oferă posibilități de căutare și regăsire a informației în diverse surse (cataloage, baze de date, depozite digitale etc.), în diverse instituții de informare (biblioteci, agenții, centre de informare, arhive) și diferite tipuri de resurse (atât documente pe suport fizic deținute de bibliotecă, cât și digitale, multimedia etc.). Platforma PRIMO permite atât integrarea resurselor instituționale deținute de bibliotecă, cât și a resurselor informaționale provenite din surse externe [8, p. 3].

Avantajele catalogului electronic sunt următoarele:

- este accesibil pentru toate tipurile și comunitățile de utilizatori fără limite de timp sau geografice și face posibilă regăsirea informației în cel mai scurt timp;
- este realizat în baza unor principii standardizate și ordonează informația automatizat;
- permite elaborarea unei singure înregistrări bibliografice (pentru toate punctele de acces);
- propune o multitudine de elemente de acces, cum ar fi titlul, autorul, editura, subiectul, termenii tezaur, cuvintele cheie, locul de publicare, anul de publicare, cota, clasificarea, numărul de inventar, ISBN etc. [8, p. 2].

La 01.01.2023 baza de date centrală a bibliotecii creată în sistemul ALEPH conținea **116191** de unități de înregistrare.

Repozitoriu instituțional

Repozitoriul instituțional IREK – AESM (Institutional Repository of Economic Knowledge) este depozitul digital disponibil pe pagina bibliotecii <https://irek.ase.md/xmlui/>.

Este o arhivă electronică a documentelor științifice, educaționale, de reglementare sau de altă natură, elaborate în orice subdiviziune ASEM, precum și de către angajații altor organizații, care au publicat materiale în publicațiile ASEM și au transmis entității ASEM dreptul de a le plasa pe Internet.

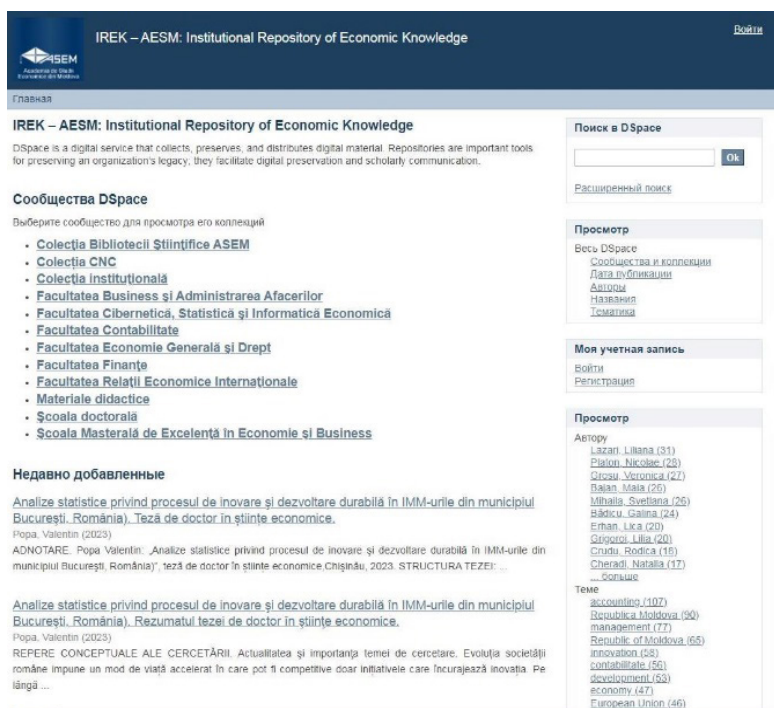


Fig. 2. Repozitoriul instituțional IREK – AESM

Repozitoriul este structurat în 12 comunități ce includ 44 colecții, reprezentând facultățile ASEM, Școala Doctorală, Școala Masterală de Excelență în Economie și Business, Biblioteca Științifică a ASEM, Colegiul Național de Comerț.

Tipuri de materiale se sunt incluse în Repozitoriu IREK – AESM:

1. publicații științifice ale cercetătorilor de la ASEM;
2. articole din Revistele științifice „Economică”, Revista Eastern European Journal of Regional Studies, Revista Center for Studies in European Integration Working Papers;
3. culegeri tematice;
4. materialele conferințelor;
5. bibliografii;
6. documente instituționale de reglementare;
7. materiale didactice.

Repozitoriul instituțional ASEM este înregistrat în Directoriul OpenDOAR și Registrul ROAR și ROARMAP.

Repozitoriul instituțional ASEM este în dezvoltare și cuprinde la 01.03.2023 **3385** de publicații, ale **1995** de autori.

Platforme de instruire online

Platformele de instruire online MOODLE, Google MEET și ZOOM, platforma de instruire a personalului din biblioteci PIBUS sunt instrumente excelente pentru instruire și formare continuă, dezvoltare personală și profesională. Se utilizează în procesul de predare pentru studenți și masteranzi a Cursului Cultura Informației, pentru instruirea bibliotecarilor, distribuirea materialelor pentru autoinstruire.

Platforma de instruire a personalului din biblioteci PIBUS a fost organizată în anul 2022 pentru instruire și schimb de experiență pentru bibliotecari din structurile infodocumentare din învățământul universitar, profesional tehnic și din sfera cercetării și inovării.

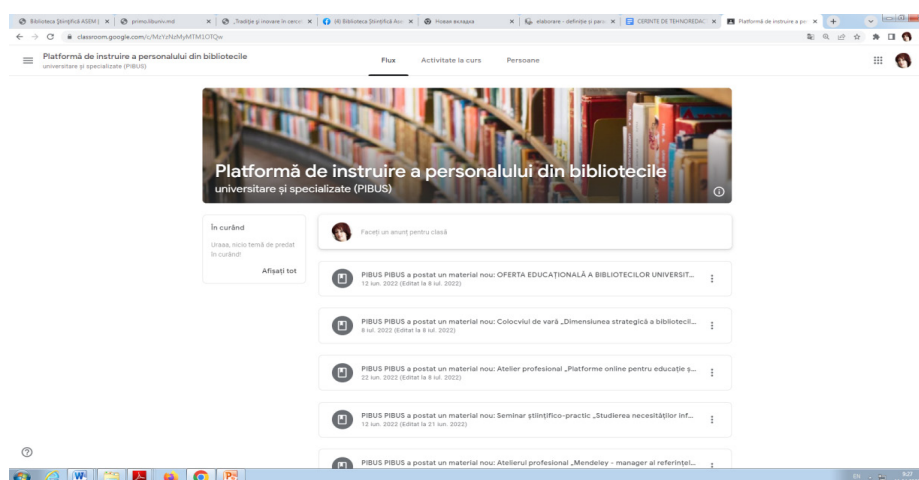


Fig. 3. Platforma de instruire a personalului din biblioteci PIBUS

Platforma este creată pe Google Classroom, fiind o aplicație comodă, cu o interfață prietenoasă și intuitivă, este o soluție eficientă în procesul de partajare și arhivare a materialelor de instruire a bibliotecarilor. Platforma este accesibilă, sigură, accesul fiind oferit pe contul Google printr-o parolă și poate fi accesată de pe telefon mobil sau computer. Aici sunt înserate și stocate materialele de instruire de la atelierelor profesionale organizate de Biblioteca Științifică a ASEM, Biblioteca Științifică Medicală a Universității de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițanu” și Biblioteca Republicană Științifică Agricolă a Universității de Stat Agrare de Stat din Moldova.

Blogurile și poșta electronică a BȘ ASEM constituie o formă uzuală prin care se realizează comunicarea online.

Blogul EIFL–OA Moldova <https://eifloamoldova.wordpress.com/> include informații despre programul Programul EIFL–OA Moldova din cadrul Consorțiului REM și promovează Accesul Deschis în Republica Moldova.

Blogul include o arhivă despre organizarea Săptămânii Accesului Deschis (Open Access Week) începând cu anul 2011, politici și strategii privind OA, informații și materiale inițiativelor internaționale privind Accesul Deschis și Știința Deschisă, materialele conferințelor și atelierelor profesionale, precum și alte informații și resurse utile despre Accesul Deschis.

Blogul proiectului „Modernizarea serviciilor bibliotecilor universitare din Moldova” <https://newinformationservices.wordpress.com/> include informații din cadrul proiectului „Modernizarea serviciilor bibliotecilor universitare din Republica Moldova”, derulat în perioada 2016-2019.

Blogul este o platformă optimă pentru informarea personalului din cele 18 biblioteci, participante la proiect, a partenerilor și finanțatorilor. Pe blog sunt disponibile informații privind training-urile și workshop-urile susținute de către experții, diseminarea informației privind activitatea în cadrul proiectului la conferințe internaționale, vizita de studiu în bibliotecile universitare din Norvegia, cercetările realizate, materiale informative și de instruire etc. Informația pe blog este disponibilă în două limbi – română și engleză.

Poșta electronică instituțională @ase.md este utilizată în procesul de comunicare între angajații BȘ ASEM și în scopul distribuirii informației pentru informarea comunității ASEM. În anul 2022 au fost transmise prin poșta electronică 964 de documente în format electronic.

În BȘ ASEM promovarea online a resurselor, produselor și serviciilor informaționale este realizată în rețelele sociale Facebook și YouTube, care reprezintă platforme eficiente de marketing.

Prin **rețele social media** biblioteca își promovează produsele și serviciile, atrage utilizatori noi, asigurând conexiunea rapidă dintre potențialul utilizator și „produse” printr-un click, în regim on-line și non-stop [2, p. 156]. Conținutul plasat pe rețele de socializare include:

- **Informație generală despre bibliotecă** (procedura de înscriere la bibliotecă, structura bibliotecii, accesul în sălile de lectură, programul de lucru, orele de funcționare, informația de contact, locația);
- **Anunțuri informative, comunicate** despre activitățile publice, manifestările științifice, evenimente sociale;
- **Promovarea publicațiilor** (publicații noi, donații de carte, proiectul „Cartea Săptămânii”, expoziții de carte, video omagiale);
- **Informație despre accesul la resurse informaționale** ale Bibliotecii ASEM (catalogul PRIMO, repozitoriul instituțional IREK ASEM, resurse electronice și baze de date);
- **Online Public Relations** (felicitări, interviuri, infografice, mesaje personalizate, studii de caz, conținut video) [10, p. 75].

Crearea de conținut de valoare în rețelele social media este mai mult decât simpla creare a unor conturi, care conțin informațiile de bază despre resursele și serviciile propuse utilizatorului. Pagina bibliotecii în rețelele de socializare, comparativ cu pagina oficială sau blogul are specificul său [16, p. 78].

Pentru a crea conținut ce are priză la public trebuie să ținem cont de următoarele aspecte:

- *Să cunoști care este publicul* la care vrei să ajungi. Nu poți să te adresezi publicului în general, pentru că nu te va asculta nimeni [17, p. 28];
- *Conținutul trebuie planificat* și adaptat la mesajul pe care vrei să îl transmiți segmentelor – țintă, pentru a obține o prezență online de succes [13, p.19];
- Atragerea de utilizatori noi presupune un *stil neformal de comunicare*, de „trand-ul” condiționat de mobilitatea spațiului informațional [14];
- Ca postările să iasă în evidență și să atragă atenția, trebuie luată în considerare *componenta vizuală*, trebuie să se investească în această privință prin grafic design, fotografie sau videografie [14]. În cazul nostru, de folos ne este platforma Canva. Acesta este un instrument popular pentru crearea designului grafic și conținutului vizual în general. Rezultatele sunt de o calitate profesională, iar platforma face procesul să fie ușor și creativ.

Analiza comparativă a datelor statistice pentru anii 2021-2022 relevă o dinamică în creștere privind numărul de postări, accesări și vizualizări pe pagina de Facebook a bibliotecii. Dacă în 2021 au fost efectuate 90 de postări, în 2022 numărul a crescut până la 200, accesări – 17043, utilizatori abonați – 873.

Postările cu cel mai înalt impact sunt:

- Felicitare video cu ocazia Zilei bibliotecarului din partea Eugeniei Feuraș, prof. hab., Directorul Școlii doctorale a ASEM (*impact*: 1100 vizualizări, 118 like-uri, 10 comentarii, 8 distribuiri);
- Video „Rezultatele Proiectului „Modernizarea serviciilor bibliotecilor universitare din Moldova” (2016-2019)” (*impact*: 809 vizualizări, 88 like-uri, 21 comentarii, 5 distribuiri);
- Felicitare video pentru Dna Olga Tabunșcic, conf. univ., dr., (*impact*: 441 vizualizări, 68 like-uri, 89 comentarii);
- Felicitare video din partea studenților cu ocazia Zilei bibliotecarului (*impact*: 272 vizualizări, 54 like-uri, 12 comentarii, 6 distribuiri).

Cele mai de succes exemple de instrumente și metode utilizate pentru promovarea produselor și serviciilor Bibliotecii Științifice a ASEM în mediul online sunt următoarele:

1. *Proiectul Cartea Săptămânii*, derulat în 2022, în scopul promovării publicațiilor profesorilor ASEM și achizițiilor de carte, popularizării cărților pe o anumită tematică (Figura 4).



Fig. 4. Exemple de publicații promovate în cadrul Proiectului Cartea Săptămânii

2. *Promovarea publicațiilor Uniunii Europene* de pe site-ul Oficiului de Publicații al Uniunii Europene: <https://op.europa.eu/en/web/general-publications/publications> pentru grupul țintă masteranzi și doctoranzi (Figura 5).



Fig. 5. Exemple de promovare a publicațiilor de pe site-ul Oficiului de Publicații al Uniunii Europene

3. *Elaborarea felicitărilor personalizate în format video* pentru profesorii ASEM. Video-ul conține informații privind activitatea profesională și didactică a profesorului omagiat, lucrările publicate, contribuția în domeniul cercetării științifice etc. Aceste felicitări au un impact major în comunitatea ASEM, adunând multe vizualizări și feed-back pozitiv din partea persoanelor omagiate. Această practică a fost preluată și de alte biblioteci (Figura 6).



Fig. 6. Exemple de felicitări personalizate în format video

4. Elaborarea anunșurilor, materialelor promoționale cu un design original și atractiv (Figura 7).



Fig. 7. Exemple de materiale promoționale

Concluzii:

Prin promovarea corespunzătoare instituțiile infodocumentare își pot crea o imagine favorabilă, pot provoca sau amplifica curiozitatea utilizatorilor pentru carte și informație, pentru instrumente și sisteme de căutare a informațiilor, precum și interesul pentru a studia și a se informa pentru diverse activități curriculare.

1. Misiunea principală a unei biblioteci este prestarea diverselor servicii informaționale și orientarea spre utilizatori;
2. BȘ ASEM s-a poziționat ca o instituție infodocumentară modernă, ce oferă servicii adaptate la cerințele utilizatorului;
3. Beneficiile promovării online pentru o bibliotecă sunt diverse, printre care: formarea unei imagini de prestigiu, informarea despre noile servicii propuse de bibliotecă, atragerea și înscrierea la bibliotecă a noilor utilizatori;
4. Pentru realizarea efectivă a promovării imaginii în mediul online, Biblioteca Științifică a ASEM folosește propriile capacități, utilizând diferite instrumente de promovare;
5. Pentru eficientizarea procesului de promovare este nevoie de a elabora un program anual de promovare a imaginii;
6. Pentru îmbunătățirea procesului de comunicare ne propunem să elaborăm o nouă versiune a site-ului Bibliotecii Științifice a ASEM.

BIBLIOGRAFIE

1. AMORȚITU, Angela. Aplicarea marketingului online în promovarea activității Bibliotecii Științifice a ASEM. In: *26th International Scientific Conference "Competitiveness and innovation in the knowledge economy": Book of abstracts, September 23-24, 2022*. Chișinău, ASEM, 2022, pp. 66-67. ISBN 978-9975-155-94-6.
2. BĂDIN, Andrei. *Marketing cultural: strategii de marketing în serviciile culturale*. București: Editura universitară, 2021. 223 p. ISBN 978-606-28-1285-0.
3. BELOSTECINIC, Grigore. *Istoria ASEM: 20 de ani de ascensiune*. Chișinău: ASEM, 2011. p. 439. ISBN 978-9975-75-570-2.
4. Biblioteca Științifică ASEM: *Raport de activitate în anul 2021*. [Resursă Electronică]. Chișinău, 2022. 86 p. Disponibil: https://pixbuilt.com/wp-content/uploads/2022/04/raportBIBLIOTECA_2021.pdf (vizitat 21.03.2023).
5. Biblioteca Științifică ASEM: *Raport de activitate în anul 2022*. Chișinău, 2023. 90 p.
6. BÎRSAN, Svetlana, CEPRAGA, Lucia. *Managementul comunicării organizaționale: suport de curs*. Chișinău: ASEM, 2022. 196 p. ISBN 978-9975-147-70-5.
7. CHERADI, Natalia. Biblioteca Științifică a ASEM – 30 de ani în sprijinul învățământului universitar economic. In: *Magazin bibliologic*. 2021, nr. 3-4, pp. 97-101. ISSN 1857-1476.

8. DOBREA, Olesia, LUPU, Viorica. Platforma Primo – o nouă oportunitate pentru bibliotecari și utilizatori. [Resursă Electronică]. In: *Magazin Bibliologic*, 2016, nr. 1-4, pp. 62-66. Disponibil: http://moldlis.bnrm.md/bitstream/handle/123456789/1233/Dobrea_Lupu_Platforma%20Primo.pdf?sequence=1&isAllowed=y (vizitat 17.03.2023).
9. GHEORGHÎȚA, Angela. Biblioteca universitară în mediul informațional: modalități și mijloace de promovare. [Resursă Electronică]. In: *Magazin Bibliologic*, 2021, nr. 1-2, pp. 70-66. Disponibil: <http://www.bnrm.md/files/publicatii/MB%201-2%202021.pdf> (vizitat 30.03.2023).
10. SMEDESCU, Dan Alexandru. Folosirea marketingului prin social media în învățământul superior. In: *Revista Română de Marketing*. 2014, nr. 1, pp. 72-81. ISSN 1824-2454.
11. *Standardul SM ISO 11620:2011 Informare și documentare Indicatori de performanță pentru biblioteci* (ISO 11620:2008, IDT). [Resursă Electronică]. Chișinău, 2009. Disponibil: http://www.bnrm.md/files/accesDedicat/SM_statistica_ISO2789.pdf (vizitat 03.04.2023).
12. *Viziune globală. Rezumatul raportului IFLA*. [Resursă Electronică]. Disponibil: <https://cdn.ifla.org/wp-content/uploads/files/assets/GVMultimedia/publications/gv-report-summary-ro.pdf> (vizitat 15.03.2023).
13. STREZA, Gabriela. Cele mai importante 5 tendințe din marketingul digital, în 2020. In: *Tribuna Economică*. 2020, nr. 7, pp. 19-20. ISSN 1018-1451.
14. ȚARANU, Felicia. *Ce trebuie să știi pentru a crea conținut pe rețelele de socializare*. [Resursă Electronică]. Disponibil: <https://felicitaranu.com/ce-trebuie-sa-stii-pentru-a-crea-continut-in-retelele-de-socializare/> (vizitat 04.04.2023).
15. UCRAINETȚ, Lilia, PALII, Gherda. Promovarea online a cărții: principii și strategii. [Resursă Electronică]. In: *Conferința științifică cu participare internațională „Tradiție și inovare în cercetarea științifică”, Ediția a X-a, 8 octombrie 2021*. Bălți, 2022, pp. 60-79. Disponibil: http://dspace.usarb.md:8080/jspui/bitstream/123456789/5742/1/Sectiunea_Biblioteconomie_ed_10.pdf (vizitat 23.03.2023).
16. КАТУЕВА, Я. В., БОРИМОВА, А. А., НОВОСЕЛОВА, А. Н., АШИХМИН, А. А. Библиотека Российской Академии Наук в социальных сетях. [Resursă Electronică]. In: *БИБЛИОСФЕРА*, 2018, № 4, с. 75–81. Disponibil: <https://cyberleninka.ru/article/n/biblioteka-rossiyskoy-akademii-nauk-v-sotsialnyh-setyah/viewer> (vizitat 13.03.2023).
17. РЫХТОРОВА, А. Е. Применение маркетинговых технологий для повышения активности подписчиков библиотечных социальных сетей. [Resursă Electronică]. In: *МИРБИБЛИОТЕК*, 2021, №. 3, p. 25-34. Disponibil: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-marketingovyh-tehnologiy-dlya-povysheniya-aktivnosti-podpischikov-bibliotechnyh-sotsialnyh-setey/viewer> (vizitat 14.03.2023).