

Spis treści

Wstęp	7
Grażyna Nowaczyk , Zarządzanie marketingiem w usługach	9
Zdzisław Gębołyś , Misja biblioteki naukowej w teorii i praktyce	21
Lidia Białoń , Mapa strategii rozwoju biblioteki wyższej szkoły	43
Lidia Derfert-Wolf , Planowanie strategiczne w bibliotece akademickiej	51
Artur Jazdon , Zarządzanie marką w bibliotece	71
Maria Czyżewska , Strategie zarządzania a konkurencyjność szkół wyższych	79
Urszula Przysiałowska , Marketing bezpośredni w działaniach Biblioteki Głównej Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej we Włocławku	91
Katarzyna Gradzik , Organizacja pracy i zarządzanie personelem w bibliotece na podstawie rozwiązań zastosowanych w Bibliotece Głównej Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej we Włocławku	95
Barbara Andrzejewska , Strategia rozwoju Biblioteki Wyższej Szkoły Hotelarstwa i Turystyki w Częstochowie – cele, zadania, perspektywy	99
Mariola Antczak , Tworzenie i wdrażanie planu marketingowego biblioteki – sztuka czy formalność? Od teorii do praktyki	107
Barbara Ząbroń , Wizerunek współczesnej biblioteki	133
Jadwiga Seńko , Zarządzanie strategiczne w bibliotekach szkół wyższych na przykładzie Biblioteki Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. L. Koźmińskiego, czyli: wczoraj, dziś i jutro biblioteki WSPiZ	141
Agnieszka Zbroja , Wpływ zarządzania strategicznego w bibliotece uczelnianej na profesjonalną obsługę czytelników	145
Hanna Kalinowska , Zarządzanie jakością usług w małej bibliotece naukowej	155
Stefan Kubów , Od wizji do strategii: jak tworzone plan strategiczny Biblioteki DSWE TWP	165