

Spis treści

Wstęp

Grażyna Nowaczyk, Zarządzanie marketingiem w usługach

Zdzisław Gębolyś, Misja biblioteki naukowej w teorii i praktyce

Lidia Białoń, Mapa strategii rozwoju biblioteki wyższej szkoły

Lidia Derfert-Wolf, Planowanie strategiczne w bibliotece akademickiej

Artur Jazdon, Zarządzanie marką w bibliotece

Maria Czyżewska, Strategie zarządzania a konkurencyjność szkół wyższych

Urszula Przysiałowska, Marketing bezpośredni w działaniach Biblioteki Głównej Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej we Włocławku

Katarzyna Gradzik, Organizacja pracy i zarządzanie personelem w bibliotece na podstawie rozwiązań zastosowanych w Bibliotece Głównej Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej we Włocławku

Barbara Andrzejewska, Strategia rozwoju Biblioteki Wyższej Szkoły Hotelarstwa i Turystyki w Częstochowie - cele, zadania, perspektywy

Mariola Antczak, Tworzenie i wdrażanie planu marketingowego biblioteki - sztuka czy formalność? Od teorii do praktyki

Barbara Ząbroń, Wizerunek współczesnej biblioteki

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

Agnieszka Zbroja, Wpływ zarządzania strategicznego w bibliotece uczelnianej na profesjonalną obsługę czytelników

Hanna Kalinowska, Zarządzanie jakością usług w małej bibliotece naukowej

Stefan Kubów, Od wizji do strategii: jak tworzone plan strategiczny Biblioteki DSWE TWP