



UNIVERSITATEA DE STAT „ALECU RUSSO” DIN BĂLȚI
BIBLIOTECA ȘTIINȚIFICĂ

**„RELEVANȚA ȘI CALITATEA FORMĂRII UNIVERSITARE: COMPETENȚE PENTRU PREZENT ȘI VIITOR EUROPEAN”,
CONSACRATĂ ANIVERSĂRII DE 80 DE ANI DE LA FONDAREA UNIVERSITĂȚII DE STAT „ALECU RUSSO” DIN BĂLȚI**

3-4 octombrie 2025

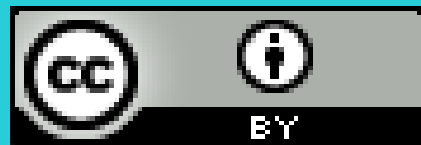
„BIBLIOTECA – PUNTE INTRE TRECUT, PREZENT ȘI VIITOR EUROPEAN”

80 de ani de la fondarea Bibliotecii Universitare

în cadrul Secțiunii

BIBLIOTECONOMIE ȘI ȘTIINȚELE INFORMĂRII

Rolul marketingului de evenimente în consolidarea imaginii Bibliotecii Științifice: reflecții la 80 de ani de activitate



TOPALO VALENTINA, bibliotecară principală
<https://orcid.org/0000-0001-6359-7666>

Aniversarea a 80 de ani de la fondarea Bibliotecii Științifice este un moment de reflecție și celebrare. De-a lungul celor opt decenii, Biblioteca a fost martor și partener al dezvoltării academice, un spațiu al memoriei și un sprijin esențial pentru educație și cercetare.

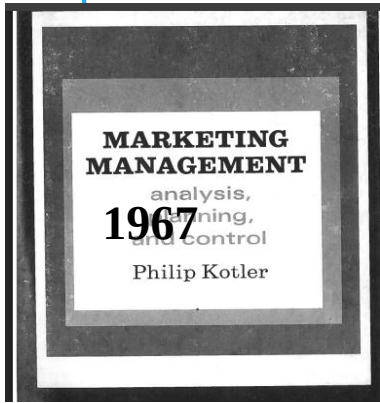
La împlinirea a 80 de ani de existență, Biblioteca Științifică nu înseamnă doar colecții de cărți sau baze de date digitale, ci reprezintă o poveste vie, transmisă prin evenimente, programe/proiecte și experiențe împărtășite comunității academice și culturale.

De-a lungul deceniilor, instituția cărții și-a consolidat imaginea în comunitatea academică.

Seminarele, atelierele, orele de informare, expozițiile, prezentările de carte și panelurile de discuții – în diversele lor forme – constituie modalități prin care biblioteca și-a promovat și continuă să își promoveze resursele.

Prin acest tip de manifestări, biblioteca nu doar sărbătorește trecutul, ci își reafirmă totodată rolul strategic – acela de a inspira, de a educa și de a rămâne un partener activ al vieții universitare.

ISTORIA

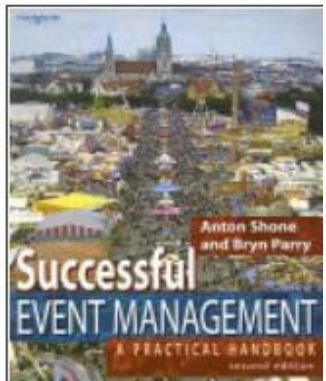


1967

Marketingul de
evenimente - anii 60

Philip Kotler, a acordat un loc
special evenimentelor ca
instrumente de comunicare și
promovare

Anii 80-90
Don Getz – evenimentele
sunt instrumente puternice
de marketing



Shone & Parry -
a conturat explicit marketingul de
evenimente ca domeniu distinct, cu
metodologii și concepte proprii.

Mircea Regneală (România,
1997; 2002, Lidia Kulikovski,
Natalia Gheradi (R.Moldova,
2004–2021), Elena Tîrziman
(2020) - construirea unei imagini
instituționale durabile

Confluente Bibliologice,
Lucrările Conferințelor ale
Bibliotecii Științifice - cale
eficientă de a crește
vizibilitatea instituției, de a
stimula implicarea
comunității academice

Ideile din marketingul clasic s-au întâlnit cu cercetările despre organizarea evenimentelor, dând naștere unei discipline care, astăzi, este esențială în cultură, educație și viața comunităților

CONTEXTUL ANIVERSAR

Împlinirea a opt decenii de existență reprezintă pentru Biblioteca Științifică mai mult decât o simplă sărbătoare

CONTEXTUL ANIVERSAR

Este un moment în care tradiția și inovația se întâlnesc, iar trecutul devine punct de sprijin pentru viitor.

CONTEXTUL ANIVERSAR

Din perspectiva marketingului, o astfel de aniversare nu se reduce la comemorarea istoriei, ci se transformă într-o oportunitate de re poziționare strategică în raport cu comunitatea academică și societatea

Strategia de marketing a Bibliotecii Științifice prevede, anual, ajustarea obiectivelor în concordanță cu prioritățile globale și regionale, precum: Agenda 2030 pentru Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD), Anul European al Competențelor, precum și diversele inițiative și decenii proclamate de Organizația Națiunilor Unite (ONU).

DIRECȚIILE DE FOCALIZARE	ABORDAREA SPECIFICĂ A STRATEGIEI DE MARKETING	SCOPUL ACESTEIA
NOTORIETATEA INSTITUȚIEI	ACTIVITĂȚI PROMOVATE	CREȘTEREA IMPLICĂRII cu 30% -.
GENERAREA DE UTILIZATORI POTENȚIALI	MARKETING PRIN E-MAIL,	CREȘTEREA NUMĂRULUI DE UTILIZATORI ȚINTĂ cu 20%
RETENȚIA UTILIZATORILOR	PROGRAME DE FIDELIZARE ȘI AUTOMATIZARE	CREȘTEREA DONAȚIILOR
MARKETING DE CONȚINUT	VIDEOCLIPURILE SCURTE OPTIMIZATE	ÎMBUNĂTĂȚIM ACOPERIREA ORGANICĂ



„Marketingul de evenimente are un rol fundamental în consolidarea imaginii unei biblioteci științifice, pentru că oferă un cadru clar și organizat de comunicare a valorilor instituționale și de evidențiere a contribuției sale la viața academică și culturală” (*Maximilian Dobre, 2017, experiență în managementul evenimentelor și o pasiune puternică pentru marketing*)

Evenimentele devin instrumente eficiente prin care biblioteca:

Biblioteca își crește permanent vizibilitatea în comunitate

valorifică și promovează patrimoniul documentar

consolidează relațiile cu utilizatorii și partenerii săi

îmbunătățește percepția publică și academică asupra instituției



MARKETINGUL DE EVENIMENTE ÎN PRACTICĂ

Prioritățile cheie ale Centrului de Manifestări Culturale (CMC)CD a ONU,CIUE sunt constant axate pe accesul deschis la cultură, pe cunoștințe digitale și inovații, pe stimularea lecturii offline/online, contribuind la dezvoltarea societății incluzive.

EVENIMENTE TEMATICE ȘI ANIVERSARE OFFLINE ȘI ONLINE

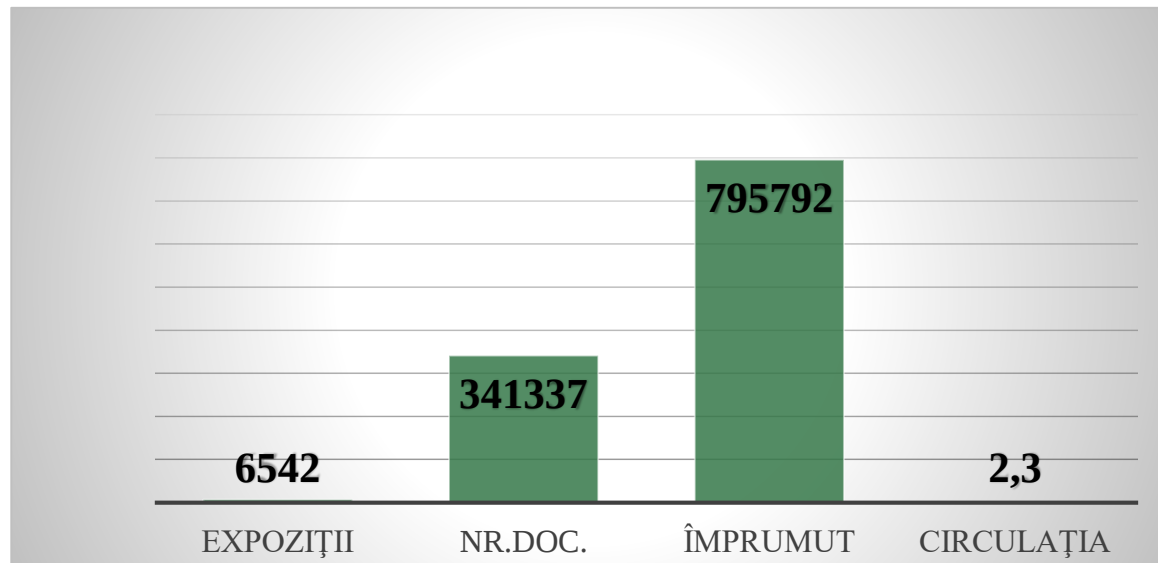
Din 1945 până în 2000 au fost organizate 6 323 expoziții tradiționale, s-au expus 198 923 documente

Deceniu	Nr. de expoziții	Nr.de doc.expuse	Nr. de doc.împr.	Circulația
1960-1970	311	-	-	-
1970-1980	2198	89332	-	-
1980-1990	2200	62 517	-	-
1990-2000	1614	47074	-	-
		34543	-	-
Total	6323	198923	-	-



Sustenabilitatea și incluziunea colecțiilor tipărite sprijină succesul pe termen lung al utilizatorilor. Importanța colecțiilor fizice nu a scăzut semnificativ, acestea mereu sunt actualizate, flexibile și apreciate ca esențiale pentru activitățile de cercetare, creativitate și educație ale comunității academice.

Ani	Nr. de expoziții	Nr.de doc.expuse	Nr. de doc.împr.	Circulația
2001-2015	4196	180020	481290	2,6
2016-2020	2197	103918	196235	1,8
2021-2025(iulie)	149	57393	115267	2,0
Total	6542	341331	795792	2,3



Din 2001 până în 2025 au fost organizate 6 542 de expoziții tradiționale, s-au expus 341 337 documente, împrumutul constituind 795 792 volume, circulația 2,0.

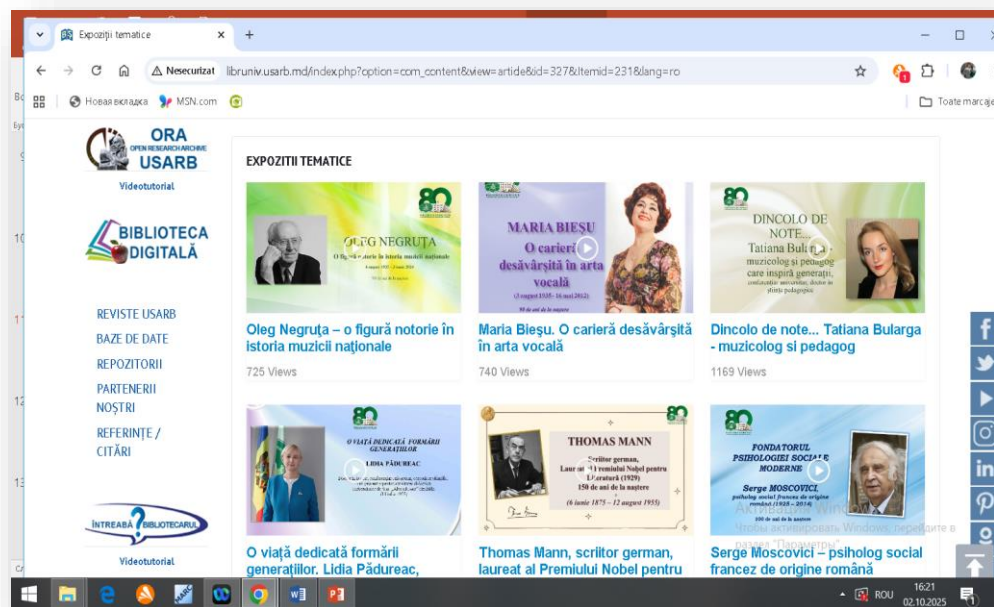
De la an la an sunt oferite tot mai multe resurse informaționale pe website-ul Bibliotecii, bloguri, rețele sociale. CMC a pus la dispoziția navigatorilor 312 de versiuni digitale tematice online cu un conținut de 36 436 volume de cărți și reviste din colecția tipărită în 20 275 slide-uri .

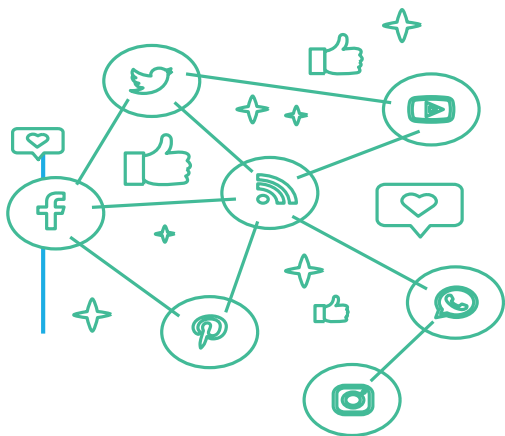
Tabel 1. Statistica expozițiilor și cărților pe pagina web a BȘ a USARB (2016-2025 iunie)

Anul	Postări expoziții	Documente prezentate	Slide-uri
2016	31	4149	2477
2017	30	1013	4734
2018	36	4149	2477
2019	18	4020	1005
2020	47	4883	1852
2021	35	4150	2100
2022	41	3373	1038
2023	25	4465	1142
2024	25	4101	3313
2025(iunie)	24	2133	1175
Total	312	36436	20275

Apropierea de utilizatori se realizează inclusiv prin organizarea expozițiilor digitale, care oferă numeroase avantaje: posibilitatea comunicării la distanță, promovarea colecțiilor nu doar în rândul comunității academice, ci și în mediul virtual, precum și asigurarea unui acces mai echitabil la informații și documente de cercetare.

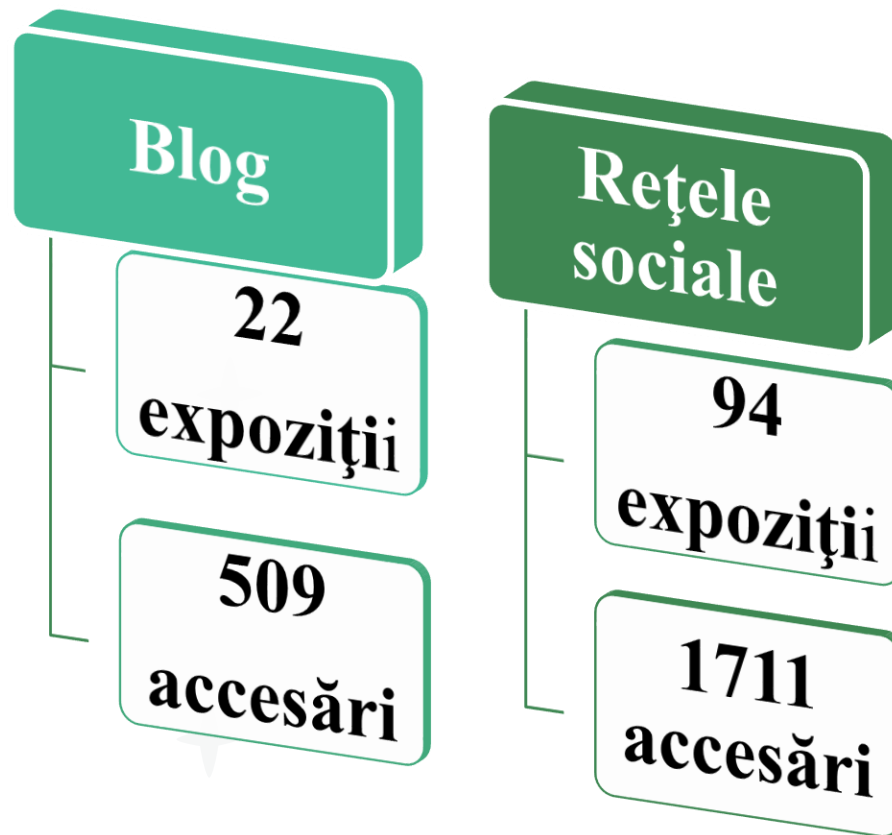
Evenimentele desfășurate au cumulat 426 315 accesări, iar expozițiile digitale au totalizat peste un milion de vizualizări.





Diverse canale social media sunt folosite de bibliotecă pentru promovarea resurselor, serviciilor și produselor sale: Facebook, Twitter, Calameo, Sribd, blog etc. 22 de expoziții au fost postate pe *Blogul BȘ USARB în dialog cu utilizatorii* (accesate de 509 ori), pe rețelele sociale au fost postate 94 de expoziții (accesate de 1 711 ori).

MARKETING MEDIA



În cadrul Clubului Cărții, Clubului de Educație Civică Europeană (CECE) / ZIG-ZAG CAFÉ, în Săli de Lectură și Săli de Împrumut la domiciliu au loc acțiuni de educație și sensibilizare prin crearea unui spațiu dedicat explorării cunoașterii și dialogului.

Lecturi, recital de poezie, prezentări de carte, concurs de poezie, vizionări filme

CLUBUL CĂRȚII	ȘEDINȚE	VIZITATORI
2010-2014	57	8100
2015-2020	69	9101
2021-2025 (iunie)	27	3026
Total	153	20227



REZULTATE RELEVANTE OBTINUTE ÎN CADRUL SALOANELOR ȘI PRIDVORUL CASEI, (1994-2009)



Anul	Salonul Literar	Ședințe	Utilizatori
1994-2004		111	18 894
2005-2009		35	2 520
	Salonul Muzical		
1994-2004		29	2 943
2005-2009		16	665
	Pridvorul Casei		
1994-2004		24	2 935
2005-2009		86	444
Total		301	28 401

Seminare informative / ateliere – ore de informare dedicate alfabetizării informaționale, utilizării bazelor de date electronice internaționale, sesiuni de prezentare a portalurilor, paneluri de discuții, lecții publice, întâlniri cu personalități și proiecții de filme.

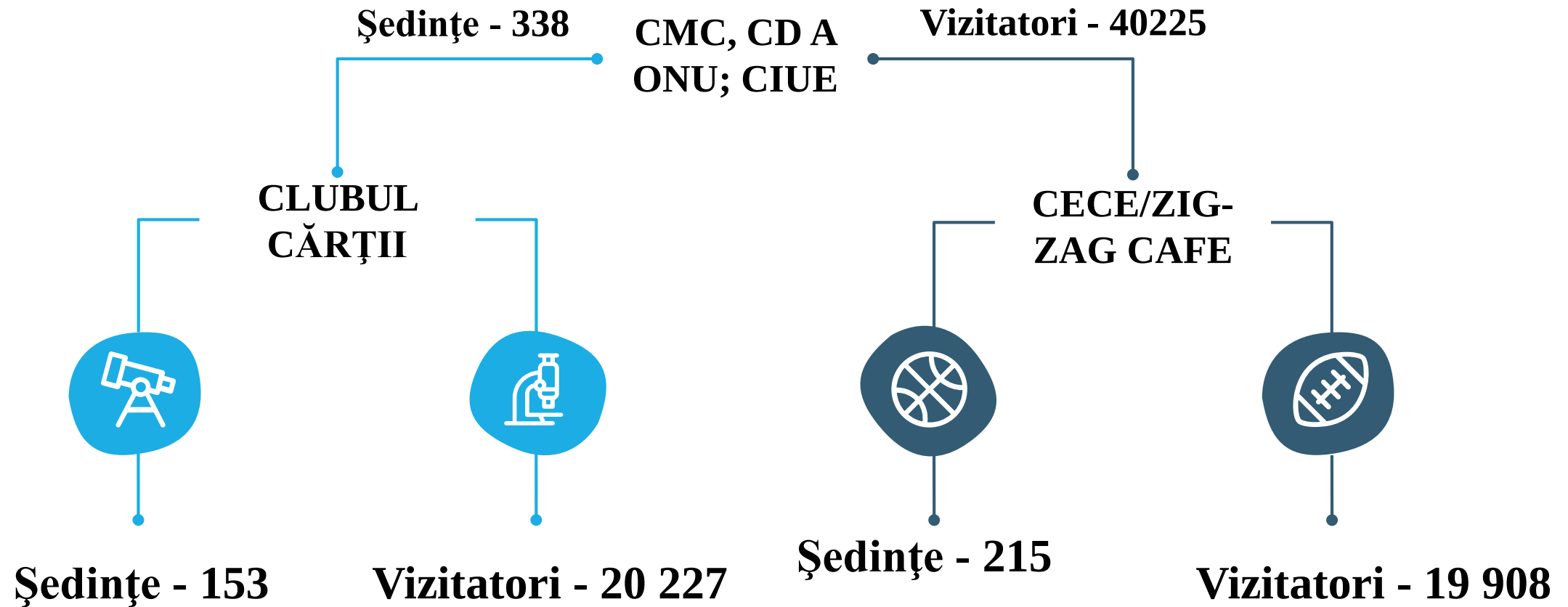
CLUBUL ONU NORD/ ECE/ZIG – ZAG CAFE	ȘEDINȚE	VIZITATORI
2001-2004	30	1441
2005-2014	77	6387
2015-2020	62	4817
2020-2025 (iunie)	46	7263
Total	215	19 908

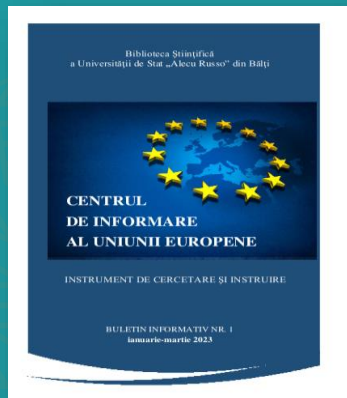


	Ședințe	Vizitatori
Clubul Cărții	153	20227
Clubul ONU		
NORD/CECE/ZIG-ZAG	215	19908
CAFE		
Total	338	40225

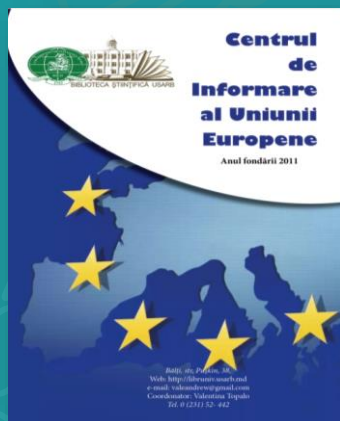


„Un eveniment reprezintă o oportunitate unică de consolidare a imaginii instituționale și de stimulare a implicării comunității academice. Strategiile de promovare și comunicare bine alese fac diferența între o simplă festivitate și o manifestare cu impact durabil” (Kotler & Keller, 2016; Cheradi, 2020).





MATERIALE ȘI INSTRUMENTE PROMOTIONALE



Programe tematice -
96, accesări 16491

Buletine informative –
24, accesări 10712

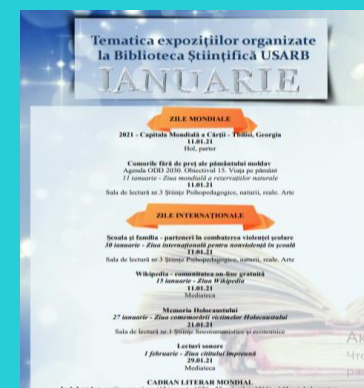
Afișe/ Tematica expozițiilor –
110, accesări 63117

Video - 4, accesări - 93080
Flashmob - 2

Ghiduri-2



Fiecare material promoțional nu este doar un simplu obiect informativ, ci o punte de legătură între bibliotecă și public, un instrument de educație, cultură și comunicare, care reflectă identitatea și profesionalismul instituției. Marketingul bibliotecii devine, așadar, o poveste transmisă prin cuvinte, imagini și experiențe, menită să atragă, să inspire și să conecteze comunitatea academică și locală.



**FUGIT
IRREPARABILE
TEMPUS!**

Activitatea bibliotecarilor se remarcă prin creativitate și diversitate ce aduce plusvaloare și consolidează imaginea pozitivă a Bibliotecii Științifice USARB.

PARTENERIAT ȘI COLABORARE

Colecțiile, produsele și serviciile bibliotecare sunt valorificate cu succes, asigurând accesibilitatea studenților, elevilor și cadrelor didactice la resursele de instruire.

Pentru promovarea lecturii și comunicarea colecțiilor, au fost dezvoltate diverse niveluri de colaborare cu mediul universitar, de colegiu și liceu, PNUD Moldova, Uniunea Europeană în R.Moldova prin intermediul programelor culturale cu impact local și național atât offline cât și pe cale digitală.



PANELURI DE DISCUȚIE - secvențe

22-10-2024

Prezenți la eveniment au fost studenții anului I de studii
și profesorii Facultății de Drept și Științe Sociale.

