

BIBLIOTECA PRIN LECTURĂ: MAI VIZIBILĂ ȘI ACCESIBILĂ LA DISTANȚĂ

**Natalia GHIMPU,
specialist principal BNRM**

Marea majoritate din populația globului este conectată la Internet, lucru care a dus la schimbări radicale la nivel mondial în ceea ce privește gândirea strategică și poziționarea bibliotecilor pe piața informațională. Omenirea dintotdeauna a tins spre a evolua, cu scopul de a ne îmbunătăți calitatea vieții. Utilizatorii se regăsesc zilnic, în calitate de consumatori de conținut/produse/servicii în volumul uriaș de informații.

În mediul online expresia "Caută și vei găsi" este perfectă, dar apare altă întrebare pentru cei care vor să fie găsiți/vizibili? Pentru bibliotecile cu produse/servicii oferite on line care își doresc vizibilitate pe Internet, au apărut mulți "salvatori" care, în calitate de specialiști în marketing online, propun diverse forme și metode. Oferirea serviciilor, de lectură, on line, de către biblioteci, este o provocare dificilă. Capacitatea bibliotecilor cu servicii on line este vizibilitate în mediu on line și este direct proporțional cu personalul calificat în IT și cel mai important cu motorul de căutare Google.

Vizibilitatea on line a produselor de bibliotecă?

Vizibilitatea este foarte valoroasă lucru pe care îl poți avea în mediul on line, deoarece stă la baza oricărei alte activități de promovare. Cel mai puternic instrument cu care poți obține această vizibilitate este Search Engine Optimization (Optimizarea motorului de căutare), cu ajutorul căruia poți obține poziții de top în Google și trafic organic mare. Atunci când traficul este mare pe site-ul sau pe blogul etc., persistă oportunitatea de a testa o varietate mare de tactici și tehnici de promovare a produselor și serviciilor de lectură, prestate de bibliotecă. [3, p. 21]

Cum câștigăm încrederea lui Google?

În procesul de plasare/promovare este foarte important să câștigi încrederea lui Google. Iar acest lucru nu se obține ușor, el se capătă în timp, cu produse și servicii on line de calitate și corecte morale. Pentru a fi mai repede recunoscuți de Google, trebuie ca alte website-uri, recunoscute, în care Google are deja încredere, să te recomande, operațiunea este cunoscută sub numele de "link building – link gazdă" (un web site pe care se regăsește conținut de calitate găzduiește un hyperlink care trimite către website-ul/blogul bibliotecii, cu condiția că de asemenea, trebuie să se regăsească conținut de calitate. Așa are loc "transferul de autoritate" între site-uri și astfel, site-ul bibliotecii începe să fie apreciat de către Google (exemplu cărțile cu descrierile bibliografice de vigoare din Catagogul Bibliotecii Congresului din Statele Unite ale Americii se promovează pe site Amazon). [1, p. 2]

Odată ce te obișnuiești să îți focusezi eforturile în acest sens și să oferi utilizatorilor conținut relevant pentru ei, rezultatele nu vor întârzia să apară. Fără îndoială conținutul de calitate are mai multe șanse să fie redistribuit și recomandat altor utilizatori ca urmare a imaginii bibliotecii avansate.

Care sunt instrumentele principale de care trebuie să țină cont biblioteca pentru promovarea online?

1) Elementele folosite în strategia promovării online:

- cuvinte cheie și elaborarea unei strategii în acest sens,
- optimizare pe pagini: viteza de încărcare a site-ului, elemente de web design, redirecționare către alte super link-uri, optimizarea meta tagurilor, optimizarea imaginilor, optimizarea URL-urilor, crearea de conținut de calitate pe paginile site-ului etc.
- optimizare în afara paginii: crearea de conținut cu scopul de a fi publicat pe alte site-uri (comunicate, articole de blog etc.), crearea unui profil solid de back linkuri (redirecționarea link-urilor de pe o pagină la alta și vice versa), optimizarea conținutului de tip text, imagini sau video publicat pe rețelele de socializare.

2) Motoarele de căutare – implică promovarea site-ului/blogului prin reclame, precum Google Adwords și alte platforme de publicitate online care există pe Internet, cele mai multe fiind pe rețele de socializare precum Facebook, Instagram sau Youtube.

3) Social Media - Unul din cele mai în vogă instrumente de promovare online, care folosește rețelele de socializare precum Facebook, Instagram sau Twitter, pentru a comunica, a interacționa și a influența utilizatorii, în mod special cu scopul construirii de brand/imagine de calitate.

Însă formarea unei audiențe fidele bibliotecii pe platformele de Social Media este un proces de lungă durată. Pentru aceasta este nevoie de câteva recomandări care pot ajuta să adunăm un număr mai mare de utilizatori și de a interacționa eficient cu aceștia pe rețelele de socializare:

- **Crearea unei voci proprii:** accentuarea unui mesaj principal și transmiterea constantă către audiență – precum ar fi ”Promovarea cărții și lecturii” unde este vorba de încredere și comunicare eficientă. Social Media este unul din cele mai puternice instrumente de construire și conștientizarea imaginii și a loialității utilizatorilor față de bibliotecă.
- **Oferă plus-valoare utilizatorilor:** indiferent ce produse sau serviciile pe care vrem să le promovăm, întotdeauna ne concentrăm spre a oferi utilizatorilor, conținut valoros, util și relevant. Fie că oferim produse elaborate de bibliotecă, recomandări într-un anumit domeniu, fie că oferim conținut elaborate de alte instituții etc.
- **Invariabilitate:** este importantă periodicitatea cu care se postează conținutul pe platformele de Social Media. Este necesar de găsit echilibru, în relațiile cu utilizatorii.

4) Promovare afiliată – presupune promovarea produselor și serviciilor altora. Partea buna este că nu trebuie să investim nimic în produsele sau serviciile respective, dar trebuie să deținem deja o audiență/poziție on line semnificative. Ca exemplu bloggerii foarte cunoscuți obișnuiesc să practice promovarea afiliată, promovând diverse produse și servicii (a bibliotecilor) în cadrul articolelor scrise de ei. [3, p. 25]

6) Promovare de conținut - promovare este un instrument separat, mai ales atunci când analizăm conținutul/produsul. De exemplu, pentru video promovare este o modalitate de a obține vizibilitate on line care a devenit foarte populară în ultimii ani, în mod special pe Youtube. Oferind tutoriale sau informații utile (citirea unei povești, recitarea poeziilor, dialoguri cu scriitorii etc.) celor care urmăresc canalul de Youtube, biblioteca devine cunoscută și obține popularitate, mai ales dacă în descrierea videoclipului se va insera un link către site-ul oficial al bibliotecii.

Bibliotecile deja sunt Virali și își cresc vizibilitatea imaginii prin trecerea activității, în cea mai mare parte, on line. Cauza este și Pandemia Covid – 19, dar și dezvoltarea Tehnologiilor Informaționale și Comunicaționale (TIC), set de instrumente și resurse tehnologice digitale folosite pentru comunicare, creare, transmitere, stocare și gestionare a informației. Postarea produselor bibliotecii aduce trafic/vizibilitate și prin Politica de cookie-uri (fisier, în scopul de a permite identificarea unui vizitator care a revenit pe site/blog etc. Cookie-urile se folosesc pentru a facilita oferirea către vizitatori a unor funcționalități care pentru accesarea informațiilor on-line de pe servere Web). **Site web** multimedia (conținând texte, imagini fixe, animații etc.) conectate între ele prin așa-numite hiperlinkuri. Atunci când biblioteca dorește să fie vizibilă cu produsele sale prin **Promovare afiliată** se folosește inconștient de Cookie-urile (o statistică care se face de pe site gazdă) care permit strângerea de informații despre produsele oferite (căutarea tematică, informațională, factografică etc. în diferite formate) utilizatorilor.

Dacă biblioteca nu este prezentă pe rețelele sociale, se pierde șansa de a construi relații cu utilizatorii (72% din utilizatorii de internet sunt activi pe rețelele sociale) care așteaptă să găsească produsele/serviciile acolo unde petrec cel mai mult timp. Biblioteca promovează servicii și produse educaționale prin intermediul celor mai multe instrumente moderne de marketing: Pentru a construi relații cu utilizatorii biblioteca are necesitatea să-și dezvolte perspectivele pe social media: [4, p. 2]



Facebook - cea mai mare platforma de social media din lume. Aproximativ jumătate de populație de pe mapa mondială are cont pe Facebook de aceea este recomandat ca bibliotecile să țină cont de cerințele utilizatorilor și să mențină un ton prietenos.



Twitter - a devenit un loc perfect pentru promovarea bibliotecilor. Operativitatea tweeter-ului, concentrarea mesajelor în 140 de caractere, rapiditatea cu care pot fi actualizate sunt particularitățile

ce-i conferă unicitate acestui website social. Utilizatori sunt dispuși să primească zilnic produse necesare oferite de către biblioteci cu semnele de identitate și hashtagurile bibliotecii, care vor duce spre recunoașterea internațională.



LinkedIn - cea mai mare rețea de profesioniști din lume, circa 50% din membrii săi sunt dispuși să colaboreze cu alte instituții și să cunoască noutățile din bibliotecă.



Pinterest – o rețea socială pentru inspirație și descoperire, Pinterest este ideala pentru bibliotecă, care elaborează produse și servicii cu un design atrăgător.



Google Plus – ne poate ajuta să creștem valoarea în Google a site-ului bibliotecii. Ocupând locul 2 în lume în topul rețelelor sociale, această platformă ajută bibliotecile (cu produsele elaborate) să se conecteze cu publicul/utilizatorii, să câștige credibilitate instituției, să crească audiența, să partajezi conținut cu utilizatorii și să se conecteze cu milioane de oameni pentru a descoperi lucruri noi și interesante.



YouTube - ocupa locul 2 în topul motoarelor de căutare din lume. Promovarea bibliotecilor pe YouTube (cu miliarde de ore vizionate în fiecare luna și video-urile, care devin forma cea mai preferată de conținut) mărește considerabil vizibilitatea în întreaga lume a bibliotecilor.



Instagram - un serviciu online de photo-sharing, video-sharing și rețea socială care oferă utilizatorilor posibilitatea să încarce poze și video-uri, să le aplice filtre digitale, și să le distribuie pe o varietate de rețele sociale, cum ar fi Facebook, Twitter, Tumblr și Flickr. Este foarte popular în rândul tinerii generații care sunt potențialii utilizatori ai serviciilor inovative și de calitate ale biblioteciiilor.



Tumblr – o platformă de microblogging și site de socializare. Bibliotecile pot posta conținut în cadrul unui blog public sau privat și pot să urmărească blogurile altor persoane.



Flickr – un serviciu destinat pentru depozitare și utilizare a fotografiilor digitale și a clipurilor video. Este unul dintre primele servicii Web 2.0 și unul dintre cele mai populare site-uri printre bloggeri pentru a posta fotografii etc. din cadrul activităților/serviciilor prestate de biblioteci



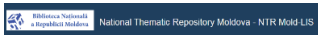
SlideShare – cea mai bună aplicație pentru a deschide documente, elaborate de bibliotecă, în Power Point, inclusiv prezentări, infografice, documente și videoclipuri. Conținutul poate fi apoi vizualizat pe site-ul propriu-zis, pe dispozitive portabile sau afiliat pe alte site-uri.



platforma TikTok – este cea mai descărcată aplicație de pe internet, cu 500 de milioane de utilizatori activi în întreaga lume (41% dintre utilizatorii au între 16 și 24 de ani sunt potențialii utilizatori ai bibliotecilor).

Bibliotecile sunt și trebuie să fie ”conectate” la Internet, unde se regăsesc o multitudine de grupuri de comunicare, instant, gratuite, cu utilizatorii precum ar fi: Evenimentele, Grupurile de discuții, Comunicarea instant (Yahoo! Meetup.com, Messenger, Skype, Google Talk, Trillian, Meebo) unde utilizatorii pot purta conversații în timp real, într-un mediu interactiv plăcut, pentru a alege dintr-o multitudine de interfețe grafice, avatare, jocuri ori mesaje de disponibilitate configurabile etc.

Pentru vizibilitatea bibliotecilor este recomandabil de ași promova produsele pentru lectură și în bazele de date (afiliere/stocare a unor informații și date pe un suport extern sau intern al bibliotecii cu posibilitatea extinderii ușoare și a regăsirii rapide a acestora dar este o prioritate ca produsele bibliotecilor să se afle și în repozitoriile naționale și internaționale (tematice sau instituționale)



Repozitoriul Național Tematic în Biblioteconomie și Științe ale Informării din Republica Moldova reprezintă o arhivă electronică deschisă, cumulativă de lectură, constituită și gestionată de Biblioteca Națională a Republicii Moldova, în colaborare cu Sistemul Național de Bibliotecă în vederea acumulării, stocării, conservării și diseminării rezultatelor activității de cercetare, fiind un mijloc de facilitare a cercetării în domeniul Biblioteconomie și Științe ale Informării.



Instrumentul Bibliometric Național (IBN) (creat de Institutul de Dezvoltare a Societății Informaționale) a intrat în clasamentul WEBOMETRICS. IBN a reușit să se poziționeze între primele 30 de repozitorii internaționale de lectură din lume.



Zenodo - un depozit de acces deschis cu scop general dezvoltat în cadrul programului european OpenAIRE și operat de CERN. Permite bibliotecarilor să depună lucrări de cercetare, seturi de date, software de cercetare, rapoarte și orice alte artefacte digitale legate de cercetare. Pentru fiecare trimitere, se creează un identificator de obiect digital persistent (DOI), care face ca articolele stocate să poată fi citite cu ușurință.



Directory of Open Access Journals (DOAJ) - un site web care găzduiește o listă cu jurnale de acces deschis în comunitate, întreținute de Infrastructure Services for Open Access (Servicii pentru acces deschis). Există o varietate de baze de date, biblioteci deschise interactive și repozitorii unde biblioteca poate să-ți plaseze produsele pentru lectură promovându-se cu conținuturi și servicii de calitate.

Bibliotecile prin folosirea TIC devine o platformă de comunicare Multitasking. Actual persistă și Multitasking-ul uman, care este abilitatea de a executa, simultan, mai multe sarcini sau activități în același timp, cum ar fi vorbirea la o întâlnire/comunicare/prezentare și gestionarea unei prezentări pe social media pe ZOOM sau Meet, sau cumularea vorbirii la telefon cu utilizatorul căutând tot odată cartea solicitată. Multitasking-ul duce la dezvoltarea abilităților de orientare/reație rapidă a personalului de bibliotecă la multitudinea cerințelor, multitudinea răspunsurilor și îmbinarea/oferiarea de informații solicitate în format tradiționale și cele on line. [3, p. 34]




Noile tehnologii ne-au schimbat percepțiile asupra timpului și spațiului, interacțiunile dintre oameni, productivitatea muncii, modalitățile de petrecere a timpului liber. Înserarea multitasking-ului este în continuă transformare și este definită ca o filozofie a bibliotecilor și un ansamblu coerent de activități practice (pe baza unor metode și practici specifice) în centrul cărora se află cititorul. Capacitatea bibliotecilor de a se adapta cât mai repede la transformările sociale, la dinamismul vieții sociale în scopul de a răspunde acestora contribuie la creșterea mediului dinamic a capacității bibliotecii ca lider în societate. [2, p. 3]

Adaptarea continuă constituie una dintre trăsăturile de bază ale unei bune administrații a promovării lecturii. Centrarea pe utilizator este absolut necesar ca designul și conținutul produselor bibliotecilor să fie adaptat la necesitățile și cerințele utilizatorului și să fie prestate în formatul cerut (fizic sau on line). Viața, știința, descoperirile, activitatea umană nu sunt situații statice și în contextul celor nominalizate anterior bibliotecile sunt în căutare permanentă de noi forme și metode de a oferi accesul la informație, de a elabora noi servicii ținând cont de actualitatea socială legată de situația pandemică COVID -19. Doar o prezență activă a bibliotecilor în mediul online asigură succesul, doar o comunicare corectă și eficientă ajută să crezi o conexiune cu utilizatorul vizat și doar o strategie bine definită de promovare a activității ne ajută să îndemnăm utilizatorul spre acțiune. Bibliotecile prin oferta on line devin și mai vizibile și mai accesibile, indiferent de spațiu geografic, timpul accesării, costurile materiale etc. Bibliotecile elaborează servicii noi, oferă redirecționarea la diverse instituțiile care promovează cartea și lectura prin diferite aplicații, programe, platforme, formate de fișiere, format de fișier de cărți electronice etc. Dacă analizăm toate produsele și serviciile oferite de bibliotecă pot migra din formatul fizic în cel on line.

În contextul anului 2021 bibliotecile au un rol indispensabil în oferta serviciilor on line către comunitate. Diseminarea selectivă a informației și a lecturii devine mai solicitată, una din prioritățile de bază privind funcționarea și utilitatea bibliotecilor în societate. Ținând cont de aceasta Vă oferim o recomandare de un serviciu, care corespunde cerințelor actuale și care va contribui la promovarea lecturii și cărții și va fi conștientizată importanța bibliotecii în orice anturaj.

**SERVICIU DE BIBLIOTECĂ PENTRU FORMAT ON LINE
ÎN SPRIJINUL PROMOVĂRII LECTURII**

Denumire serviciu / activitate	Diseminarea Selectivă a Lecturii (Individuală/personalizată/sistematică)
Tipul serviciului	dezvoltare personală
Scop	Asigurarea funcționalității și modernizarea spațiului de lectură prin servicii noi de bibliotecă on line (incluziunea socială, promovarea cărții și a lecturii, împrumut la domiciliu prin suport IT etc. – carte, articole din reviste și ziare, articole din Bazele de date, Repozitorii etc).
Obiective	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conturarea și depistarea necesităților personale folosind lectura ▪ Dezvoltarea aspectului de amploare, transparență, performanță și receptivitatea bibliotecii ▪ Dezvoltarea capacităților TIC datorită investițiilor inteligente în tehnologiile informaționale și utilizării masive a acestora ▪ Promovarea accesului la servicii prin intermediul mai multor canale, în orice moment, indiferent de locația geografică și ușor de utilizat ▪ Acoperirea eficientă a cerințelor utilizatorilor de orice tip de documente (beletristică, științifică, de popularizare, muzică etc.) ▪ Dezvoltarea cooperării interinstituționale pentru furnizarea unui serviciu de calitate; ▪ Respectarea confidențialității și protecției datelor cu caracter personal; ▪ Accentuarea existenței Multitasking-ului uman/bibliotecar/ul/ele și Multitasking-ului TIC ▪ Respectarea cadrului legal și acordurile de colaborare a instituțiilor implicate ▪ Extinderea accesului la Lectură ▪ Optimizarea relațiilor de parteneriate cu diverse instituții ▪ Creșterea autorității bibliotecii în comunitate
Grup-țintă	<ul style="list-style-type: none"> ▪ criteriul vârstei (în dependență de solicitări) ▪ Până la 16 ani (10 + ani etc.) ▪ 35-64 ani ▪ apartenența funcțională (profesori din instituții de învățământ liceal, de gimnaziu și general, specialiști din domenii practice, bibliotecari, elevi, liceeni, membrii comunității) ▪ apartenența de gen (bărbați, femei) ▪ criterii lingvistice ce țin de oferirea serviciului (indiferent de limba în care este solicitată cartea – română, rusă, engleză, franceză etc.)
Aspecte de incluziune socială	se oferă un ansamblul de măsuri și acțiuni multidimensionale tuturor persoanelor (conform art. 6 lit. cc din Legea nr. 292/2011 - Legea asistenței sociale)

Durata/periodicitatea de prestare a serviciului nou	Serviciul ”Diseminarea Selectivă a Lecturii” este recomandat de a oferi informația solicitată la cererea cititorului
Resurse utilizate pentru desfășurarea serviciului	<ul style="list-style-type: none"> ▪ echipa de implementare a serviciului nou (coordonatori) – (numele, prenumele persoanei) ▪ resurse materiale (spațiu, echipament tehnic: computere conectate la Internet, scanere, aparat foto, conturi pe rețelele de socializare, acces la baza de date, repozitorii naționale și internaționale etc.)
Forme și metode ale activităților de dezvoltare a competențelor	Transmitere de cunoștințe (într-un domeniu) și deprinderi de abilități TIC pentru a mânui aplicațiile, activități informaționale/educaționale prin spațiul virtual pentru promovarea lecturii, discuție-dezbateri on line, sesiuni educațional-informative on line
Parteneri	Cititori, școli, licee, profesori de litere, membrii comunității, Social Media, Baze de date naționale și internaționale, Repozitorii instituționale, naționale și internaționale, Biblioteci electronice instituționale, naționale și internaționale, Librării care oferă cărți gratuite etc.
Preambul	<p>Este recomandabil ca fiecare bibliotecă să dețină o ”Bibliotecă electronică” (o mapă) care este creată într-un calculator instituțional. În mapă cărțile electronice sau digitizate să fie structurate, în alte mape, conform tematicii sau colecțiilor de carte – Romane polițiste, Romane de dragoste, Colecția ”CHIC”, Colecția ”Râsul lumii”, Colecția ”Psihologia practică” etc.) sau conform Clasificării Zecimale Universale, iar pasul următor ar fi recomandabil ca cărțile să fie aranjate în ordinea alfabetică. Pentru a oferi cărți în format electronic biblioteca are necesitatea de a depista și depozita în ”Biblioteca Electronică” cărțile gratuite în format PDF, ePUB, cărți în format Audio, cărți digitizate, scanate etc. (informația este organizată în biți), oferite de autori, descărcate din mediu on line, care dețin licența – , sau sunt oferite în mediul on line, ținând cont de Cadrul legal, cu Dreptului de autor/(Coopyrate ©)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪  Cărți în PDF - Portable Document Format, abreviat PDF, este un format de fișier sigur creat de compania Adobe Systems în anul 1993, în care este fixată informația (text, imagine, grafice etc.) și care nu se deplasează atunci când este folosit pentru a lucra cu el, la diferite suporturi IT (calculator, telefon, eReader etc.) ▪  Cărți în ePUB - un format de fișier de carte electronică care folosește extensia software-ului și care este disponibil pentru majoritatea smartphone-urilor, tabletelor și computerelor. A devenit un standard oficial în 2007, înlocuind vechiul standard Open eBook

<p>Conținut</p>	<p>Serviciul este prestat către utilizatori prin telefon fix sau mobil, prin e@mail (mesajele individuale), pagina Web, Facebook-ul bibliotecii etc. Utilizatorul de la distanță solicită cartea dorită sau domeniul dorit în format electronic pentru a fi lecturat. Bibliotecarul selectează cartea din colecția sa "Biblioteca electronică", pe care o deține sau o solicită prin împrumutul interbibliotecar de la altă bibliotecă, sau caută cartea pe Site-ul Librăriilor on line în compartimentul "Cărți gratuite on line" sau "eBooks" etc. Bibliotecar/ele/rii trebuie să fie în căutare permanentă a noi cărți electronice pentru a îmbogăți colecția "Biblioteca electronică". Biblioteca trebuie să informeze utilizatorii referitor la cadrul legal "Dreptul de autor" sau "Coopyrate", care reprezintă ansamblul prerogativelor de care se bucură autorii cu referire la operele create și este instrumentul de protecție a creatorilor și a operelor. Cărțile împrumutate se fixează ca "Împrumut la domiciliu în format electronic" în statistica de bibliotecă zilnic/lunar/anual.</p>
<p>Resurse informaționale</p>	<p>Fiecare bibliotecă trebuie să fie membru al grupurilor de lectură de pe Media Social pentru a-și îmbogăți colecția "Biblioteca electronică" (ex. Club de lectura „Savoarea minunata a lecturii”; Cărți și etica viitorului - Books and ethics of future; Carte - lectură în timp; Citește o carte; Cărțile colecției CHIC etc.).</p> <p>Există biblioteci on line cu cărți în format PDF, ePUB și format Audio gratuite (ex. CartiGratuite - https://cartigratis.com/; Top Most Read Ms BOOK - https://msbook.pro/; # diez: Știri pentru tineri - https://diez.md/2014/10/25/15-site-uri-unde-puteti-gasi-si-descarca-carti-in-limba-romana/; Ленинка - https://vk.com/leninka_ru etc.</p> <p>Cărți online oferite de Librării/Magazine:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bestseller.md – - https://www.bestseller.md/ebooks/carti-gratis.html;cu Colecția: eBook-uri Esențiale unde poți găsi peste 800 de eBook-uri ▪ Unica.md – Cu specificarea de pe Site (Cărțile de mai jos pot fi downloadate și folosit în uz personal, dar nu ai voie să le distribuie mai departe. Așadar, descarcă-le și citește-le, dacă vrei să îi dai cartea unui prieten, mai degrabă indică site-ul de unde ai downloadat-o,) ▪ Elefant.md/ro – Magazinul de cărți electronice; ▪ Litera.md – manuale școlare și o gamă largă de ebooks de toate felurile; ▪ Libris – o gamă diversă de cărți în format digital; ▪ Biblior – una dintre cele mai bune surse de cărți online unde textele pot fi citite cu ușurință direct pe site; ▪ Biblioteca online Polirom – conține o serie de titluri care nu vor mai fi republicate și care pot fi descărcate legal; ▪ E-scoala –cărți online pentru copii; ▪ Evobook – Producătorul român al eBook readerului Evobook a lansat și un magazin de cărți electronice de unde poți descărca gratuit opere clasice semnate de autori;

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liternet.ro – oferă gratuit cărți în mai multe limbi. Pe acest site se poate de publicat și propriile creații literare; ▪ 101books.ru; ▪ SCRIBD https://ro.scribd.com/s/Carți%20de%20dragoste – (formatuln Bobi Chindlem, ePUB) etc. <p>Cărțile electronice gratuite vor fi căutate în Internet cu ajutorul cuvintelor cheie, motoarelor de căutare, câștigarea încrederii Google, creare unei voci/interese proprie, înscrierea la Google Academic sau Google Scholar, cookie-urilor TIC etc.</p>
Standartizarea formei și conținutului unei înregistrări bibliografice a documentelor electronice	<p>Accesibilitatea și structura colecției electronice:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ documentele trebuie să conțină o descriere a principalelor sale caracteristici: ▪ sub colecții existente și de arhivă (după CZU); ▪ după nivel de acces (cu acces deschise sau on line) ▪ locația colecției ("Biblioteca electronică", instituția de unde a fost "împrumutată", site, server, condiții de oglindire)
Confirmare	<p>Serviciul trebuie confirmat prin fișa statistica de bibliotecă zilnic/lunară/anuală – Formularului 6-c „Cercetarea statistică anuală. Activitatea bibliotecilor” și Raportul 6-C Sistem de Raportate Online ORT, Compartimentul 5. Servicii de bibliotecă și utilizarea lor (nr. de rând 330 – Număr de documente electronice furnizate printr-un mediu on line)</p>
Forme și metode ale activităților de dezvoltare a competențelor	<ul style="list-style-type: none"> ▪ activități educaționale, laboratoare/spații virtuale de promovare a lecturii și de creație, discuție-dezbatere, sesiuni educațional-informative în formatul on line.
Evaluarea	<p>Etapă evaluării va fi orientată spre motivarea utilizatorului pentru consolidarea gradului de înțelegere și utilizare rațională a cărților primite. Etapa evaluării este și un demers complex de descoperire de reconectare la Tehnologia informației și a comunicațiilor (TIC) ceea ce este cu adevărat important în secolul al XXI-lea, incluziunea socială și informațională în situația pandemică COVID-19. Evaluarea va aduce un plus de valoare bibliotecii pentru că contribuie prin diferite forme și metode la lărgirea ariei de prestare a serviciilor (la nivel național dar și la nivel internațional). Se va urmări ca prin evaluare să se poată observa "achizițiile" utilizatorilor pentru satisfacerea cerințelor de lectură. Utilizarea tehnologiilor moderne acționează asupra unei varietăți de activități ale bibliotecii, contribuie la depășirea diverselor bariere de comunicare, financiare, geografice etc. Posibilitatea de comunicare imediată, transferul de date rapid, accesul la diverse resurse informaționale, într-o perioadă foarte scurtă, duce la o creștere intensivă a activităților, efectuate de către de comunități și parteneri pentru creșterea circuitului de informație și lectură, care favorizează creșterea personală a utilizatorilor. Bibliotecile publice confirmă imaginea bibliotecii prietenoase și primitoare, inovatoare, moderne, unde activează bibliotecari cu calificare înaltă.</p>

Referințe bibliografice:

1. Communications and Marketing [on line] [Accesat 09.04.2021]. Disponibil:
2. <https://buffer.com/social-media-marketing>.
3. Metodologia utilizării Tehnologiilor Informaționale și de Comunicație în învățământul superior. Autori Sergiu Corlat, Göran Karlsson, Andrei Braicov [et al.]. Chășinău: UST, 2011. 204 p. ISBN 978-9975-76-070-6. [Accesat 09.04.2021]. Disponibil: https://teachme.ust.md/wp-content/uploads/2018/03/cartea-color_cor_3.pdf.
4. Politica de cookie [on line] [Accesat 09.04.2021]. Disponibil: https://www.agerpres.ro/pages/politica_cookie.
5. What is Social Media Marketing? [on line] [Accesat 09.04.2021]. Disponibil: <https://communications.tufts.edu/marketing-and-branding/social-media-overview/>