

## CURRENT MARKETING TRENDS IN THE SCIENTIFIC MEDICAL LIBRARY

Gheorghiu Angela

Medical Scientific Library, *Nicolae Testemitanu* SUMPh

**Background.** SML needs a greater visibility as information resource and user awareness of the services and products provided. In e-marketing efforts, SML must increase the application of digital media according to the 7P. **Objective of the study.** Approaching and re-evaluating the marketing culture in the BSM, studying the marketing content based on current trends in the world. **Objective:** Analysis of marketing content, digital marketing perspectives at SML. **Material and Methods.** In order to fulfill the research, a documentary study was carried out in scientific databases, repositories and institutional sites to help identify the sources regarding the innovative marketing tools and technologies in the infodocumentary institutions. Both the scientific documentation method and the questionnaire method (disseminated within the BSM) were applied. **Results.** The Medical Scientific Library is a remarkable institution in the academic information and library space of the Republic of Moldova. The marketing activity is carried out by most librarians who have skills and abilities to apply traditional and modern marketing technologies. The services provided to users stand out for their quality, diversity, quantity and visibility. Participating in projects and developing partnerships benefits the library and its users by investing in librarians' knowledge, donations and sponsorships. **Conclusion.** Planning, monitoring, adapting marketing in the light of new trends: context analysis, forecasting demand, opportunities and challenges, evaluating the results will inevitably increase the efficiency and maintain the positive image of the SML.

**Keywords:** library, digital marketing, 7P, information products and services.

## TENDINȚE ACTUALE DE MARKETING ÎN BIBLIOTECA ȘTIINȚIFICĂ MEDICALĂ

Gheorghiu Angela

Biblioteca Științifică Medicală, USMF „Nicolae Testemitanu”

**Introducere.** BȘM are nevoie de o mai mare vizibilitate în calitate de instituție infodocumentară și de sensibilizarea utilizatorilor, privind serviciile și produsele furnizate. În eforturile de e-marketing, BȘM trebuie să mărească aplicarea mijloacelor digitale în funcție de cei 7P. **Scopul lucrării.** Abordarea și reevaluarea culturii de marketing în BȘM, studierea conținutului de marketing bazat pe tendințele actuale din lume. **Obiective:** Analiza conținutului de marketing, perspectivele de marketing digital la BȘM. **Material și Metode.** Pentru realizarea cercetării a fost efectuat studiul documentar în baze de date științifice, depozite și site-uri instituționale în vederea identificării surselor privind instrumentele și tehnologiile inovative de marketing în instituțiile infodocumentare. Au fost aplicate metoda de documentare științifică și metoda chestionarului (diseminat în cadrul BȘM). **Rezultate.** Biblioteca Științifică Medicală este o instituție remarcabilă în spațiul academic informațional și biblioteconomic din Republica Moldova. Activitatea de marketing este desfășurată de majoritatea bibliotecarilor, care posedă competențe și abilități de aplicare a tehnologiilor tradiționale și moderne de marketing. Serviciile furnizate utilizatorilor se remarcă prin calitate, diversitate, cantitate și vizibilitate. Participarea în proiecte și dezvoltarea parteneriatelor avantajează biblioteca și utilizatorii ei, prin investiții în cunoștințele bibliotecarilor, donații și sponsorizări. **Concluzii.** Planificarea, monitorizarea, adaptarea marketingului la noile tendințe: analiza contextului, prognozarea cererii, a oportunităților și provocărilor, evaluarea rezultatelor va crește indispensabil eficiența și menținerea imaginii pozitive a BȘM.

**Cuvinte-cheie:** biblioteca, marketing digital, 7P, produse și servicii informaționale.