# العلوم الإجتماعية

## مكتبات

## خدمات معلومات - إنترنت

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **28** |  | **رقــم البحــث :** | 453/428 |
|  |  | **عنوان البحـــث :** | تسويق خدمات المعلومات عبر الإنترنت |
|  |  | **الباحث الرئيــس :** | د. هشام عبد الله العباس |
|  |  | **الباحثون المشاركون :** |  |
|  |  | **الجهـــــــة :** | كلية الآداب والعلوم الإنسانية |
|  |  | **مدة تنفيـذ البحـث :** | 9 شهور |
|  | مستخلص البحث |

 تبين هذه الدراسة أهمية استخدام الإنترنت وتزايد الاعتماد عليها كسوق إلكترونية لتصبح الوسط المطلق أو السمسار الشامل الذي أدى إلى تغير نمط وشكل التجارة العالمية وما صاحبها من استراتيجيات تسويقية. إضافة إلى تناولها تغير اتجاهات العملاء وتوجههم نحو التسويق من المواقع الإلكترونية، لذلك فإن هذا الكتاب يوضح أهمية الاستفادة من نظريات علم التسويق في تسويق خدمات المعلومات والمكتبات، وهو محاولة لإسقاط تلك النظريات المتعلقة بالمؤسسات الربحية على قطاع المؤسسات غير الربحية مثل المكتبات، وذلك من خلال محاولة وضع إطار نظري عام لتسويق خدمات المعلومات في المكتبات عبر الإنترنت بحيث تحتوي على عناصر السوق المشتركة 4p، إضافة إلى عناصر أخرى مثل عناصر القوة والضعف swot وكذلك قياس جودة الخدمات بقطاع المكتبات والمعلومات، مع محاولة التعرف على وضع السوق الإلكتروني للمكتبات العربية.

# Social Sciences

##  Libraries

### Internet Marketing – Information service

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **28** |  | **Award Number :** | 453/428 |
|  |  | **Project Title :** | Internet marketing information services |
|  |  | **Principal Investigator :** | Dr. Hisham Abdullah Alabbas |
|  |  | **Co-Investigator :** |  |
|  |  | **Job Address :** | Faculty of Arts and Humanities |
|  |  | **Duration :** | 9 Months |
|  | Abstract |

 This research discusses the role of the WEB in marketing library products. It also discusses the developments and purposes of marketing library and information services. An overview of how marketing concepts can be applied to libraries is offered in this book. The author also acknowledges competition in the information marketplace and emphasizes the importance of marketing in justifying resources and services given to libraries in today's complex services environment.

Marketing is necessary for digital as well as physical library services.