

## عنوان مقاله:

تحلیلی بر روند پژوهش های حوزه بازاریابی در کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی بر اساس Web of Science

## محل انتشار:

دو فصلنامه علم سنجی کاسپین، دوره 9، شماره 1 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

زینب صیامی - University of Qom, Qom, Iran

جعفر عبدالله عموقین - Department of Knowledge and Information Science, Faculty of Literature and Humanities, University of Qom, Qom, Iran

مهدی محمدی - Department of Knowledge and Information Science, Faculty of Literature and Humanities, University of Qom, Qom, Iran

## خلاصه مقاله:

سابقه و هدف: بالا رفتن قیمت کالاها، خدمات و افزایش هزینه ها، کلیه نهاد ها و سازمان ها اعم از کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی را با چالش تامین بودجه رو به رو کرده است و بازاریابی ضرورت عصر دیجیتال به شمار می رود. بنابراین، هدف پژوهش حاضر، تحلیل موضوعی و روش شناختی پژوهش های حوزه کاربرد بازاریابی در کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی است. مواد و روش ها: پژوهش علم - سنجی حاضر با استفاده از روش تحلیل موضوعی و با رویکرد تحلیل هم واژگانی انجام شده است. جامعه ی آماری پژوهش تعداد ۳۰۲ مدرک در پایگاه WoS است. ابزار گردآوری داده ها چک لیست محقق ساخته بوده و برای تجزیه و تحلیل داده ها، از نرم افزار Excel و VOSviewer استفاده شد. یافته ها: تولیدات علمی طی سال های اخیر روند صعودی داشته، اما از نرخ رشد مناسبی برخوردار نبوده اند و متوسط نرخ رشد برای هر دوره ۵ ساله مورد بررسی برابر با ۴۰٪ درصد به دست آمد. کشور آمریکا با ۱۸۱ مدرک، دانشگاه Salford با ۶ مدرک و نویسنده "Blundenellis J" با ۶ مدرک به عنوان فعال ترین کشور، سازمان و نویسنده شناخته شدند. حوزه علوم کتابداری و اطلاع رسانی با انجام ۷۹/۵ درصد از مطالعات در این زمینه فعال ترین حوزه و روش پیمایشی در ۲۳/۴ درصد از آثار به کار گرفته شده است و کلیدواژه بازاریابی، بازاریابی کتابخانه ای و کتابداری دارای بیشترین بسامد بودند. نتیجه گیری: با توجه به سابقه انتشار طولانی بازاریابی در کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی، تولیدات کمی در این زمینه منتشر شده و سایر حوزه ها از جمله علوم کامپیوتر نیز توجه کمی به این موضوع داشته اند. توجه به زیر ساخت های فنی از مسائل مهم در بازاریابی این مراکز بوده که نیازمند به کارگیری تخصص پژوهشگران سایر حوزه ها است.

## کلمات کلیدی:

Content analysis, Thematic analysis, Methodological analysis, Marketing, Library  
تحلیل محتوا، تحلیل موضوعی، تحلیل روش شناختی، بازاریابی، کتابخانه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1645527>

