

«BusinessExcellence» («превосходство в бизнесе») – модель делового совершенства, одна из признанных моделей оценки достижений по внедрению принципов и методов TQM на предприятии.

Базовые ценности – это потребительские ценности, заложенные в продукцию или услугу на этапе проектирования и характеризующиеся такими эксплуатационными показателями качества, как назначение (функциональные показатели), надежность (безотказность, сохраняемость), эстетика (целостность композиции, совершенство товарного вида), экология (физические, химические, микробиологические показатели), эргономика (соответствие эргономическим требованиям), нормативность, безопасность.

Библиотека – учреждение, собирающее и хранящее произведения печати и письменности для общественного пользования, а также осуществляющее справочно-библиографическую работу. В настоящее время всё более распространяются и входят в фонд библиотеки микрофиши, микрофильмы, диапозитивы, аудио и видеокассеты, также всё более широкое распространение получают электронные носители.

Библиотечный маркетинг – система управления, ориентированная на реально существующие и потенциальные потребности населения в информации, приобрела огромную социальную значимость.

Библиотечная технология – это совокупность библиотечных процессов и операций, а также приемов, методов и средств их осуществления, направленных на создание и сохранение библиотечной продукции и выполнение библиотечных услуг.

Библиотечная услуга определяется как конечный результат библиотечного обслуживания, удовлетворяющий определенную потребность пользователя библиотеки (выдачу и абонирование документов, предоставление информации о новых поступлениях, справки, выставки, консультации и т.д.); совокупный конечный результат библиотечной деятельности (полезный эффект библиотечного труда), удовлетворяющий документально-коммуникационные потребности общества и личности, включающий в себя в качестве необходимого условия потребления форму ее предоставления абонентам.

Государственное (муниципальное) задание – это ключевой управленческий и мотивирующий инструмент учредителя и основа для гарантированного финансового обеспечения деятельности учреждения.

Дополнительные ценности не изменяют базового качества, заложенного при проектировании и создании продукции или услуги, но усиливают его действие в глазах потребителя, что выражается в повышении потребительской ценности продукции, услуги.

Заявитель – физическое или юридическое лицо (за исключением государственных органов и их территориальных органов, органов государственных внебюджетных фондов и их территориальных органов, органов местного самоуправления) либо их уполномоченные представители.

Информатизация — организационный, социально-экономический и научно-технический процесс создания оптимальных условий для удовлетворения потребностей и реализации прав граждан, органов государственной власти, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений на основе формирования и использования информационных ресурсов.

Информационно-библиотечное обслуживание – это комплексное направление деятельности библиотеки по производству информационно-библиотечной продукции и предоставлению информационно-библиотечных услуг пользователям с учетом их потребностей и ожиданий.

Информационный ресурс — это индивидуальные и коллективные экспертные знания, отдельные документы, отдельные массивы документов, а также документы и их массивы, составляющие базы и банки данных, базы знаний, библиотеки, архивы, фонды, информационные системы и другие системы в определенной предметной тематической области, которые удовлетворяют функциональным потребностям и запросам потребителей информации Мировые информационные ресурсы.

Информация (от лат. informatio — разъяснение, изложение) трактуется как сведения, передаваемые людьми устным, письменным или другим способом (с помощью условных сигналов, технических средств и т.д.).

Источник информационного ресурса — определяет происхождение информации и в определенном смысле выступает как часть параметра охвата, ограничивающая содержание информации.

Качество информационного ресурса — определяет (задает) совокупность свойств, отражающих степень пригодности конкретной информации об объектах и их взаимосвязях для достижения целей, стоящих перед пользователем, при реализации тех или иных видов деятельности.

Качество продукции — это совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением.

Контроль — это функция управления, которая предполагает оценку и анализ эффективности результатов работы организации.

Контроль — функция управленческого процесса означает наблюдение за действиями работников, точным следованием организации по выбранному курсу и достижением поставленных целей, а также внесение необходимых коррективов.

Концепция TQM — концепция, которая ставит качество в центр всей производственной деятельности, предопределяющей удовлетворение требований потребителя и, как следствие, улучшение экономического и социального положения предприятия.

Критерий (от греч. Kriterion — мерило для оценки) определяет принципиальный подход к оценке качества и эффективности и общий признак, на основе которого производится оценка, определение или классификация чего либо. Критерий — это главный признак, по которому один вариант библиотечной деятельности признается предпочтительнее другого, т.к. позволяет достигнуть необходимого результата с наименьшими затратами.

Маркетинг — целенаправленный процесс осознания проблем потребителей и регулирования рыночной деятельности. Маркетологи выявляют группы потребителей с неудовлетворенными потребностями или пока неявным интересом к товарам и услугам, а также сегменты рынка, которые компания может обслужить наилучшим способом.

Менеджмент — это эффективное и производительное достижение целей организации посредством планирования, организации, лидерства (руководства) и контроля над организационными ресурсами.

Миссия библиотеки задает общие ориентиры, направления ее функционирования, выражающие смысл существования библиотеки, дает субъектам внешней среды общее представление о том, что она собой представляет, к чему стремится, какие ресурсы готова использовать, а также подчеркивает «непохожесть» (бренд) библиотеки.

Мотивация — это процесс побуждения других людей к деятельности для достижения целей организации.

«Некоммерческий маркетинг» или **«социальный маркетинг»** — которым понимается целенаправленное распространение информации для изменения социальных установок.

Новый информационный ресурс — информационный ресурс, который порожден впервые и не представляет собой повторения тождественного или аналогичного.

Общество — человеческая общность, специфику которой представляют отношения людей между собой, их формы взаимодействия и объединения.

Организация — функция управления, которая формирует структуру организации и обеспечивает ее всем необходимым (персонал, средства производства, денежные средства, материалы и т.д.).

Отрасль — отдельная сфера науки, знаний, производства.

«Петля качества; спираль качества» – схематическая модель взаимозависимых видов деятельности, влияющих на качество продукции или услуги на различных стадиях от определения потребностей до оценки их удовлетворения

Планирование – это процесс определения цели деятельности организации, средств и наиболее эффективных методов для достижения этих целей.

Показатель – выражение (которое может быть численным, символьным или словесным), используемое для количественной и качественной характеристики деятельности (событий, целей, личности) с целью определения значения характеризующей деятельности и соответствующего метода

Показатель качества – количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции или услуги, составляющих их качество.

Постоянные ценности – это такие дополнительные потребительские ценности, которые, имея к базовым ценностям косвенное отношение, действуют на протяжении всего жизненного цикла продукции или услуг.

Под **потребительной ценностью** понимается полезность продукции (товаров), услуги их способность удовлетворять личные или общественные потребности.

Привнесенные ценности в виде рекламы, выставок, конкурсов и других информационных элементов, предлагаемых на постоянной основе, также способны значительно увеличивать потребительскую ценность для многих людей.

Регламент – документ, устанавливающий порядок выполнения производственных процессов и операций, содержащий обязательные для соблюдения требования, утвержденные руководством библиотеки или компетентным коллегиальным органом, к услугам (работам) с учетом специфики соответствующей территории и содержать дополнительные, в том числе повышенные требования к условиям предоставления услуг.

Рынок – это система отношений между продавцом (производителем услуг/товаров) и покупателем (потребителем услуг/товаров).

Система качества – это совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, необходимых для осуществления общего руководства качеством.

Система менеджмента качества – определяет общие требования к системе менеджмента качества, управлению документацией и записями по качеству

Современный библиотечный маркетинг – это не только ориентированный на рынок образ мышления и действий, но и координация всех без исключения процессов и обстоятельств, так или иначе связанных с пользователями: с анализом среды, планированием, созданием и продвижением продукции и услуг, оценкой результатов.

Социальное назначение характеризует соответствие свойств продукции или услуг потребностям различных групп населения.

Стратегия – набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности.

Стратегическое управление – способ руководства учреждением, который опирается на человеческий потенциал как основу, ориентирован на удовлетворение запросов пользователей и гибкую политику, реагирующую на любые изменения во внешней среде.

Технологический менеджмент – элемент системы управления библиотекой, который способствует интеграции технологических стратегий;

анализу текущего состояния, способов производства, информационно-библиотечных продуктов/услуг и технических средств;

оценке влияния технологических нововведений на традиционные библиотечно-библиографические процессы и операции;

осуществлению контроля над соблюдением утвержденных технологических регламентов;

оптимизации структуры библиотеки в рамках изменения технологии.

Управление — это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь целей организации. Управление — функция организованных систем различной природы. Понятие управления — в узком и широком смыслах этого слова — применимо к любому человеческому обществу независимо от исторической эпохи, типа культуры и экономического уклада.

Услуги библиотеки (библиотечно-информационные услуги) – общественно-полезные действия, обеспечивающие доступ к документам и информации, в т.ч. к электронным библиотечно-информационным ресурсам, а также Интернету; те или иные удобства, предоставляемые населению библиотекой.

Управление качеством — методы и виды деятельности оперативного характера, используемые для выполнения требований по качеству и направленные как на управление процессом, так и на устранение причин неудовлетворительного функционирования на всех этапах «петли качества» для достижения экономической эффективности.

Факторы обеспечения качества – предметы труда, оборудование, технология, профессиональные знания работников и руководителей.

Ценность информационного ресурса — его важность, необходимость для принятия решений.

Эксперт (от лат. expertus опытный) — специалист, дающий заключение при рассмотрении какого-нибудь вопроса; — человек, обладающий специальными знаниями в области науки, техники, искусства и т. д. и привлекаемый предприятиями, организациями или государственными органами (например, арбитражем) для проведения экспертизы или для принятия какого-либо решения по управлению.