

# BİLGİ MERKEZLERİNDE YÖNETİM

## - II -

Yayına Hazırlayanlar

Doç. Dr.  
Erol YILMAZ

Dr. Öğr. Üyesi  
Leyla KANIK



# BİLGİ MERKEZLERİNDE YÖNETİM

## II

### Yayına Hazırlayanlar

Doç. Dr.  
Erol Yılmaz

Dr. Öğr. Üyesi  
Leyla Kanık

## **Hiperyayın 849**

Araştırma-İnceleme

### **Yayına Hazırlayanlar**

Doç. Dr. Erol Yılmaz - Dr. Öğr. Üyesi Leyla Kanık

### **Genel Yayın Editörü**

Hatice Bahtiyar

### **Mizanpaj**

Senem Ilgın

### **Kapak Tasarım**

Kenan Temizel

**Yayıncı Sertifika No:** 16680

**ISBN:** 978-625-7443-94-4

**e- ISBN:** 978-625-7443-95-1

**1. Baskı:** İstanbul, 2021

**Copyright**© Tüm hakları saklıdır. Bu kitabın telif hakları, 5846 sayılı yasanın hükmüne göre, kitabı yayımlayan Hiperlink Eğitim İletişim Yay. Gıda. San. ve Tic. Ltd. Şti. ve Doç. Dr. Erol Yılmaz - Dr. Öğr. Üyesi Leyla Kanık'a aittir. Yayıncının ve yazarın izni olmaksızın elektronik ve mekanik herhangi bir kayıt sistemi veya fotokopi ile çoğaltılamaz, kopyalanamaz. Ancak kaynak gösterilerek kısa alıntı yapılabilir.

*Her hakkı mahfuzdur. Bu kitapta yayımlanan yazıların etik, bilimsel ve hukuki sorumluluğu yazar(lar)a aittir. Yayınevi uluslararası bir yayınevdir.*

Bilgi merkezlerinde yönetim II / yayına hazırlayanlar Doç. Dr. Erol Yılmaz, Dr. Öğr. Üyesi Leyla Kanık .-- İstanbul: Hiperyayın, 2021.

1.Baskı. -- 771 sayfa : şekil, tablo ; 24 cm. -- (Hiperyayın; 849)

ISBN 978-625-7443-94-4

e-ISBN 978-625-7443-95-1

Kaynakça bölüm sonlarındadır.

1.Kütüphane yönetimi. 2.Kütüphane yönetimi ve organizasyonu. 3. Bilgi hizmetleri – Yönetim. I. Yılmaz, Erol. II. Kanık, Leyla. III. Dizi.

Z 678.8.T9/B55 2021

027.7096/BİL 2021

**Baskı-Cilt:** Yalın Yayıncılık-Sertifika No: 44154

### **GENEL SATIŞ PAZARLAMA VE YAYINEVİ**

**Hiperlink Eğt İlet. Yay. Gıda San. ve Paz. Tic. Ltd. Şti**

Tozkoparan Mah. Haldun Taner Sok. Alparslan İş Merkezi

No: 27 Kat: 6 D: 21 Merter- Güngören / İstanbul

Telefon: 0212 293 07 05-06 Faks: 0212 293 56 58

www.hiperlink.com.tr / info@hiperlink.com.tr

# İÇİNDEKİLER

## 6. BÖLÜM: BİLGİ İŞLETMELERİNDE İLETİŞİM VE HALKLA İLİŞKİLER

Bilgi Merkezlerinde Kurumsal İletişim .....13

**H. Buluthan Çetintaş**

Kütüphane ve Bilgi Merkezlerinde Yönetim ve Halkla İlişkiler .....38

**Erol Yılmaz**

Kütüphanelerde Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya.....90

**Şahika Eroğlu-Tolga Çakmak**

## 7. BÖLÜM: BİLGİ MERKEZLERİNDE YÖNETİM VE KULLANICI HİZMETLERİ

Bilgi Merkezlerinin Başat Kullanıcı Hizmeti: Ödünç Verme ..... 117

**Semanur Öztemiz**

Danışma Hizmetlerine Genel Bakış..... 139

**Sefer Yazıcı-Sercan Tırnavalı**

Bilgi Merkezleri Arasında İş Birliği ve Koordinasyon: Konsorsiyum  
Çalışmaları ..... 166

**Güssün Güneş**

Bilgi Merkezlerinde İş Birliği ve Koordinasyon: Kütüphaneler Arası  
İş Birliği Çalışmaları..... 206

**Ertuğrul Çimen**

Bilgi Merkezlerinde Yönetim ve Kullanıcı Hizmetleri: Kullanıcı Eğitimi.... 229

**Coşkun Polat**

Kütüphanelerde Engellilere Yönelik Erişilebilir Makerspace Hizmeti ... 263

**Fatoş Subaşıoğlu**

## ÖĞRENCİ ÇALIŞMALARI

Özel Gereksinimli Bireylere Yönelik Bilgi Hizmetlerinin Mevzuat ve Erişilebilirlik Standartları Açısından Değerlendirilmesi ..... 283

**Mahmut Cihat Bars-Fatma Durmuş-Gökay Çalışkan**  
**Merve Ödeşen-Cumali Ramazan Şahin-Furkan Ünver**

Kütüphane Türlerine Göre Özel Gereksinimli Bireylere Verilen Hizmetler ve Toplumsal Bütünleşme..... 319

**Lütfiye Kurt-Büşra Derler-Züleyha Ayşe Erbaş**  
**Türkan Kaygın-Oğuz Kuru-Onur Selçin**

## 8. BÖLÜM: BİLGİ MERKEZLERİNDE YÖNETİM VE TEKNİK HİZMETLER

Sürelî Yayın Dermesinin Yönetimi: Basılı ve Elektronik..... 369  
**Hülya Dilek Kayaoğlu**

Bilgi Merkezlerinde Teknik Hizmetler ve Koleksiyon Yönetimi:  
Basılı ve Elektronik Kaynaklarda Seçim ve Sağlama Çalışmaları ..... 400  
**Huriye Çolaklar-Burak Beygirci**

Yeni Kataloglama Kuralları RDA'nın Bilgi Merkezlerine Yönetimsel Olarak Sağladığı Faydalar ..... 440  
**Mustafa Bayter**

Bilgi Merkezlerinde Teknik Hizmetler ve Koleksiyon Yönetimi:  
Kataloglama Çalışmalarında Güncel Konular..... 459  
**Emine Hatun Gür**

Bilgi Merkezlerinde Yönetim ve Teknik Hizmetler: Açık Erişim Uygulamaları..... 491  
**Gültekin Gürdal-Gönül Kafalı Can**

## 9. BÖLÜM: BİLGİ MERKEZLERİNDE YÖNETİM VE YENİ NESİL UYGULAMALAR

Kütüphanelerde Değişim Yönetimi..... 525  
**Asiye Kakırman Yıldız**

Bilgi Merkezlerinde İnovasyon (Yenilik) Yönetimi.....	560
<b>Coşkun Polat</b>	
Özel Arşiv Koleksiyonlarına Yönelik Uygulamalar.....	605
<b>Fatih Rukancı</b>	
Dijitalleştirme Projeleri Yönetim Süreçleri ve İstanbul Üniversitesi Dijitalleştirme Çalışmaları: Gazeteden Tarihe Bakış Projesi Örneği .....	625
<b>Pervin Bezirci</b>	
Bilgi Merkezlerinde Yönetim ve Teknik Hizmetler: Dijitalleştirme/ Sayısallaştırma Çalışmaları .....	663
<b>Selçuk Aydın</b>	
Bilginin Düzenlenmesinde Yeni Eğilimler: Anlamsal Web ve Bağlı Veri .....	689
<b>Nevzat Özel</b>	
Kütüphane ve Bilgi Merkezlerinde Elektronik Ortamda Verilen Hizmetler ve Teknoloji Yönetimi .....	717
<b>Ebru Kaya</b>	
Üniversite Kütüphanelerinde Elektronik Ortamda Verilen Hizmetler, Uygulamalar ve Teknoloji Yönetimi .....	750
<b>Sami Çuhadar</b>	

# Kütüphanelerde Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya

## *Digital Marketing and Social Media in Libraries*

Şahika Eroğlu<sup>1</sup>

Tolga Çakmak<sup>2</sup>

### Öz

Dijital pazarlama bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygın kullanımı ile birçok kurum tarafından tercih edilen bir dizi yaklaşımı içermektedir. Bu yaklaşımlar içerisinde sosyal medya platformları kullanıcı kitlelerinin yoğunluğu, paylaşılan içeriğin kısa süre içerisinde dağıtımı gibi özellikleriyle öne çıkmaktadır. Bu çalışmada dijital pazarlama olgusu doğrultusunda kütüphanelerin sosyal medya kullanımları alanyazın değerlendirmesi ile incelenmektedir. Buna göre, konuyla ilgili ilk çalışmaların sosyal medya platformlarının kütüphanelerde yapılandırılmasına yönelik olduğu görülmüştür. Diğer taraftan son dönemlerdeki çalışmaların ise, kütüphanelerin bu platformlarda aktif olarak yer almak için dikkat etmeleri gereken stratejilere doğru evrildiği tespit edilmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda çalışmada dijital pazarlama ve sosyal medya konusu ele alınmıştır. Çalışma her gün kullanıcı ve içerik sayısı artan sosyal medya platformlarında kütüphanelerin görünürlükleri ile ilgili gereksinim duyulacak iyileştirmelere değinmektedir.

**Anahtar Sözcükler:** Dijital pazarlama; sosyal medya; sosyal medya pazarlaması; kütüphaneler.

### Abstract

Digital marketing includes several approaches preferred by many organizations with the widespread use of information and communication technologies. Among these approaches, social media platforms stand out with their features such as the density of the users and the distribution of the shared content in a short time. In the light of digital marketing phenomenon, this study evaluates

1 Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü, Beytepe 06800, Ankara. e-posta: sahikaeroglu@hacettepe.edu.tr

Assoc. Prof. Dr., Hacettepe University, Faculty of Letters, Department of Information Management, Beytepe 06800, Ankara. e-mail: sahikaeroglu@hacettepe.edu.tr

2 Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü, Beytepe 06800, Ankara. e-posta: tcakmak@hacettepe.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. , Hacettepe University, Faculty of Letters, Department of Information Management, Beytepe 06800, Ankara. e-mail: tcakmak@hacettepe.edu.tr

nımlar ortaya çıkaracaktır. Bununla birlikte, değişen koşullara uyum sağlayan kütüphanelerde dijital ortamların getirisi olan dijital pazarlama faaliyetlerinin yürütüldüğü bilinmektedir. Detaylı ve karmaşık süreçlerle tanımlanan dijital pazarlama süreçlerinin belirli aralıklarla güncellenen ve sürdürülebilir stratejiler çerçevesinde yönetilmesi önemlidir.

Genel olarak yapılan bu literatür derleme çalışmasında, dijital pazarlama genelinde sosyal medya araçlarının kütüphaneler açısından birçok fayda sağladığı anlaşılmaktadır. Bu noktada, kütüphanelerde sosyal medya pazarlaması ile dijital pazarlama süreçlerine ilişkin stratejilerin ilgili platformların kullanım şekillerindeki değişiklikler doğrultusunda gözden geçirilerek güncellenecek şekilde kurgulanmasına ve ileriki çalışmalarda konunun ampirik araştırmalarla genişletilmesine ihtiyaç duyulduğunu söylemek mümkündür.

### Kaynakça

- Altındal, M. (2013). Dijital pazarlamada marka yönetimi ve sosyal medyanın etkileri. M. Akgül ve diğerleri (Ed.), *Akademik Bilişim 2013 – XV. Akademik Bilişim Konferansı bildirileri* içinde. (s. 1087-1091) Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- American Marketing Association. (2020). Digital marketing. *American Marketing Association*. Erişim adresi: <https://www.ama.org/topics/digital-marketing/>
- Anttiroiko, A. V. ve Savolainen, R. (2011). Towards Library 2.0: The adoption of Web 2.0 technologies in public libraries. *Libri*, 61, 87-99. doi:10.1515/libr.2011.008
- Anwar, M. ve Zhiwei, T. (2020). What is the relationship between marketing of library sources and services and social media? A literature review paper. *Library Hi Tech News*, 37, 1-5. doi:10.1108/LHTN-10-2019-0071
- Baro, E. E. ve Ebhomeys, L. (2013). Marketing the library resources & services to users: A survey of twenty two university libraries in Nigeria. *Journal of Information & Knowledge Management*, 4, 44-63.
- Bishop, T. ve Rowley, J. (2013). Digital marketing in independent libraries in the United Kingdom. *Journal of Librarianship and Information Science*, 45, 323-334. doi:10.1177/0961000612453473
- Bradley, P. (2015). *Social media for creative libraries* (How to use web 2.0 in your library, 2. bs.). London: Facet Publishing.
- Burkhardt, A. (2010). Social media: A guide for college and university libraries. *College & Research Libraries News*, 71, 10-24. doi:10.5860/crln.71.1.8302
- Chaffey, D. ve Smith, P. R. (2013). *Emarketing excellence: Planning and optimizing your digital marketing* (4. bs.) London: Routledge.
- Chan, C. (2012). Marketing the academic library with online social network advertising. *Library Management*, 33, 479-489. doi:10.1108/01435121211279849
- Chan, T. T. W., Lam, A. H. C. ve Chiu, D. K. W. (2020). From Facebook to Instagram: Exploring user engagement in an academic library. *The Journal of Academic Librarianship*, 46, 102229. doi:10.1016/j.acalib.2020.102229



- Chang, H. (2018). Current digital marketing landscape in libraries. IFLA WLIC 2018 – Kuala Lumpur, Malaysia – Transform Libraries, Transform Societies, sunulmuş bildiri, Kuala Lumpur: IFLA. Erişim adresi: <http://library.ifla.org/2259/>
- Charnigo, L. ve Barnett-Ellis, P. (2007). Checking out Facebook.com: The impact of a digital Ttend on academic libraries. *Information Technology and Libraries*, 26, 23-34. doi:10.6017/ital.v26i1.3286
- Chen, D. Y. T., Chu, S. K. W. ve Xu, S.-Q. (2012). How do libraries use social networking sites to interact with users. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 49, 1-10. doi:10.1002/meet.14504901085
- Cheng, W. W. H., Lam, E. T. H. ve Chiu, D. K. W. (2020). Social media as a platform in academic library marketing: A comparative study. *The Journal of Academic Librarianship*, 46, 102188. doi:10.1016/j.acalib.2020.102188
- Colburn, S. ve Haines, L. (2012). Measuring libraries' use of YouTube as a promotional tool: An exploratory study and proposed best practices. *Journal of Web Librarianship*, 6, 5-31. doi:10.1080/19322909.2012.641789
- Collins, G. ve Quan-Haase, A. (2012). Social media and academic libraries: Current trends and future challenges. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 49, 1-4. doi:10.1002/meet.14504901272
- Dahiya, R. ve Gayatri. (2018). A Research paper on digital marketing communication and consumer buying decision process: An empirical study in the Indian passenger car market. *Journal of Global Marketing*, 31, 73-95. doi:10.1080/08911762.2017.1365991
- Davydova, I., Marina, O., Slianyk, A. ve Syerov, Y. (2019). Social networks in developing the internet strategy for libraries in Ukraine. S. Fedushko ve T. O. Edoh (Ed.), *Proceedings of the 1st International Workshop on Control, Optimisation and Analytical Processing of Social Networks (CO-APSN-2019)* içinde. Lviv: CEUR-WS. Erişim adresi: <http://ceur-ws.org/Vol-2392/paper10.pdf>
- Dickson, A. ve Holley, R. P. (2010). Social networking in academic libraries: The possibilities and the concerns. *New Library World*, 111, 468-479. doi:10.1108/03074801011094840
- Econsultancy.com. (2009). Digital marketing cycle diagram. Erişim adresi: <https://www.realwire.com/realResource.asp?ReleaseID=13569&d=w&name=acquire%2Dconvert%2Dretain%2EJPG&title=Digital%20marketing%20cycle%20diagram>.
- Ezema, I. J. (2013). Local contents and the development of open access institutional repositories in Nigeria University libraries: Challenges, strategies and scholarly implications. *Library Hi Tech*, 31, 323-340. doi:10.1108/07378831311329086
- Garoufallou, E., Siatri, R., Zafeiriou, G. ve Balampanidou, E. (2013). The use of marketing concepts in library services: A literature review. *Library Review*, 62, 312-334. doi:10.1108/LR-06-2012-0061
- Garoufallou, E. ve Vassilakaki, E. (2015). Library Facebook practices for creating and promoting a professional profile. *Program*, 49, 343-359. doi:10.1108/PROG-10-2014-0073
- Giomelakis, D. ve Veglis, A. (2016). Investigating search engine optimization factors in media websites. *Digital Journalism*, 4, 379-400. doi:10.1080/21670811.2015.1046992
- Grant, B. (2018). *Basics of social media marketing for libraries*. Erişim adresi: [https://www.youtube.com/watch?v=xF-MzX45lk0&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?v=xF-MzX45lk0&feature=emb_logo).

- Harrison, A., Burrell, R., Velasquez, S. ve Schreiner, L. (2017). Social media use in academic libraries: A phenomenological study. *The Journal of Academic Librarianship*, 43, 248-256. doi:10.1016/j.acalib.2017.02.014
- Hendrix, D., Chiarella, D., Hasman, L., Murphy, S. ve Zafron, M. L. (2009). Use of Facebook in academic health sciences libraries. *Journal of the Medical Library Association: JMLA*, 97, 44-47. doi:10.3163/1536-5050.97.1.008
- Hicks, A. (2014). Digital marketing in an outreach context. A. Mackenzie ve L. Martin (Ed.), *Mastering digital librarianship: Strategy, networking and discovery in academic libraries* içinde. (s. 3-22) London: Facet.
- Ifijeh, G., Adebayo, O., Ilogho, J., Asaolu, A. ve Michael-Onuoha, H. C. (2016). Nigerian university libraries and the question of marketing: Reconciling the salient issues. *Information Impact: Journal of Information and Knowledge Management*, 7, 102-114. doi:10.4314/ijikm.v7i1.
- İzgi, B. B. ve Şahin, İ. (2013). Elektronik perakende sektörü ve internet alışverişi tüketici davranışı: Türkiye örneği. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2, 9-27.
- Jacobson, T. B. (2011). Facebook as a library tool: Perceived vs. actual use. *College & Research Libraries*, 72, 79-90. doi:10.5860/crl-88r1
- Järvinen, J., Tollinen, A., Karjaluo, H. ve Jayawardhena, C. (2012). Digital and social media marketing usage in B2b industrial section. *Marketing Management Journal*, 22, 102-117.
- Jestin, J. ve Parameswari, B. (2002). Challenges for library professionals in India in the new millennium. *Library Philosophy and Practice*, 4, 1-5.
- Jones, M. J. ve Harvey, M. (2019). Library 2.0: The effectiveness of social media as a marketing tool for libraries in educational institutions. *Journal of Librarianship and Information Science*, 51, 3-19. doi:10.1177/0961000616668959
- Kannan, P. K. ve Li, H. "Alice". (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34, 22-45. doi:10.1016/j.ijresmar.2016.11.006
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003
- Khan, S. A. ve Bhatti, R. (2012). Application of social media in marketing of library and information services: A case study from Pakistan. *Webology*, 9, 1-8.
- Koçak Alan, A., Tümer Kabadayı, E. ve Erişke, T. (2018). İletişimin yeni yüzü: Dijital pazarlama ve sosyal medya pazarlaması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, 123-134. doi:10.17755/esosder.334699
- Kotler, P. ve Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (14. bs.). Boston: Pearson Prentice Hall.
- Lam, E. T. H., Au, C. H. ve Chiu, D. K. W. (2019). Analyzing the use of Facebook among university libraries in Hong Kong. *The Journal of Academic Librarianship*, 45, 175-183. doi:10.1016/j.acalib.2019.02.007
- Lund, B. D. (2019). Does public libraries' Facebook following correlate with library usage? *Journal of Web Librarianship*, 1-11. doi:10.1080/19322909.2019.1693943
- Luo, L., Wang, Y. ve Han, L. (2013). Marketing via social media: A case study. *Library Hi Tech*, 31, 455-466. doi:10.1108/LHT-12-2012-0141

- McCallum, I. (2015). Use of social media by the library: Current practices and future opportunities. A white paper from Taylor & Francis. *The Australian Library Journal*, 64, 161-162. doi:10.1080/00049670.2015.1040364
- Meyers Martin, C. (2012). One-minute video: Marketing your library to faculty. *Reference Services Review*, 40, 589-600. doi:10.1108/00907321211277387
- Neves, B. C. (2018). Strategist librarian on social media: Conceptual approach and possibilities of digital marketing in public libraries. *Informação & Sociedade: Estudos*, 28. doi:10.22478/ufpb.1809-4783.2018v28n3.39203
- Okike, B. I. ve Oyeniyi, E. W. (2019). Marketing library and information resources and services using social media platforms: The security question. *Library Hi Tech News*, 36, 7-10. doi:10.1108/LHTN-03-2019-0022
- Parvin, S. (2017). Facebook as a communication tool for an academic library: East West University Library, Bangladesh perspective. *International Information & Library Review*, 49, 237-247. doi:10.1080/10572317.2017.1353382
- Pashootanzadeh, M. ve Rafie, Z. (2020). Social media marketing: Determining and comparing view of public library directors and users. *Public Library Quarterly*, 39, 212-228. doi:10.1080/01616846.2019.1622395
- Phillips, A. L. (2015). Facebooking it: Promoting library services to young adults through social media. *Public Library Quarterly*, 34, 178-197. doi:10.1080/01616846.2015.1036710
- Potter, N. (2012). *The library marketing toolkit*. London: Facet publishing.
- Roblyer, M. D., McDaniel, M., Webb, M., Herman, J. ve Witty, J. V. (2010). Findings on Facebook in higher education: A comparison of college faculty and student uses and perceptions of social networking sites. *The Internet and Higher Education*, 13, 134-140. doi:10.1016/j.ihe-duc.2010.03.002
- Rowley, J. (2002). Information marketing. *Program*, 36, 66-67. doi:10.1108/prog.2002.36.1.66.1
- Royle, J. ve Laing, A. (2014). The digital marketing skills gap: Developing a Digital Marketer Model for the communication industries. *International Journal of Information Management*, 34, 65-73. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2013.11.008
- Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (4. bs.). London: Kogan Page.
- Sachs, D. E., Eckel, E. J. ve Langan, K. A. (2011). Striking a balance: Effective use of Facebook in an academic library. *Internet Reference Services Quarterly*, 16, 35-54. doi:10.1080/10875301.2011.572457
- Safko, L. ve Brake, D. K. (2009). *The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success*. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons. Erişim adresi: <http://www.dawsonera.com/depp/reader/protected/external/AbstractView/S9780470498941>.
- Siddike, Md. A. K. ve Kiran, K. (2015). Marketing of academic library services through social networking sites: Implications of electronic word-of-mouth. *Education for Information*, 31, 143-159. doi:10.3233/EFI-150955
- Taken Smith, K. (2012). Longitudinal study of digital marketing strategies targeting Millennials. *Journal of Consumer Marketing*, 29, 86-92. doi:10.1108/07363761211206339

- Todor, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V : Economic Sciences*, 9, 51-56.
- Wan, G. (2011). How academic libraries reach users on Facebook. *College & Undergraduate Libraries*, 18, 307-318. doi:10.1080/10691316.2011.624944
- We are social. (2017). Digital in 2017: Global overview. *We Are Social*. Erişim adresi: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>.
- We are social. (2020). Digital 2020. *We are social*. Erişim adresi: <https://wearesocial.com/digital-2020>.
- Weinberg, T. (2009). *The new community rules: Marketing on the social web*. Beijing ; Sebastopol, CA: O'Reilly.
- Wind, Y. ve Mahajan, V. (2001). *Digital marketing: Global strategies from the world's leading experts*. New York: Wiley.
- Xu, J., Kang, Q., Song, Z. ve Clarke, C. P. (2015). Applications of mobile social media: WeChat among academic libraries in China. *The Journal of Academic Librarianship*, 41, 21-30. doi:10.1016/j.acalib.2014.10.012
- Yi, Z. (2016). Effective techniques for the promotion of library services and resources. *Information Research*, 21. Erişim adresi: [http://www.informationr.net/ir/21-1/paper702.html#.X\\_mh3eg-zaHs](http://www.informationr.net/ir/21-1/paper702.html#.X_mh3eg-zaHs).
- Zeren, D. ve Kaya, N. (2020). Dijital pazarlama: Ulusal yazının bibliyometrik analizi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, 35-52.