

OBSAH

PŘEDMLUVA	7
1. AKVIZIČNÍ ČINNOST KNIHOVEN.....	9
1.1 Význam výrazu akvizice.....	9
1.2 Postup při akvizici	9
1.2.1 Vyhledávání titulů	9
1.2.2 Výběr titulů.....	9
1.2.3 Získávání vybraných titulů	10
2. SUBJEKTY KNIŽNÍHO TRHU (RESP. KNIŽNÍ KULTURY) A VZTAHY MEZI NIMI.....	12
2.1 Subjekty knižního trhu.....	12
2.2 Vztah knihovna – knihkupec	13
2.3 Vztah knihovna – knižní distributor	13
2.4 Vztah knihovna – nakladatel.....	15
3. ZDROJE INFORMACÍ O VYCHÁZEJÍCÍCH KNIŽNÍCH TITULECH POSKYTOVANÝCH NAKLADATELEM	16
3.1 Ediční plány nakladatelů (tištěné).....	16
3.1.1 Obsahová analýza edičních plánů českých nakladatelství.....	17
3.2 Cataloguing in Publication (CIP).....	18
3.2.1 Program CIP v České republice	19
3.3 International Standard Book Number (ISBN)	20
3.3.1 Historie ISBN	20
3.3.2 Role systému ISBN v prostředí knižní kultury.....	21
3.3.3 Struktura ISBN	22
3.3.4 Správa systému ISBN	23
3.3.5 Systém ISBN v České republice.....	24
3.4 Periodický tisk	29
3.4.1 Periodický tisk a další publikace specializované na oblast české knižní kultury přinášející informace o nových knižních titulech.....	29
3.5 Nabídková povinnost nakladatelů vůči knihovnám v ČR	34
3.5.1 Legislativní vymezení nabídkové povinnosti	34
3.5.2 Plnění nabídkové povinnosti prostřednictvím týdeníku Nové knihy	35
3.6 Books in Print	36
3.6.1 Katalog skladovaných knih v České republice.....	37
3.7 Webové stránky nakladatelů.....	38
3.7.1 Webové stránky významných českých nakladatelství.....	39
3.8 Další významné české internetové zdroje.....	41
3.8.1 Obchodní katalog Velkoobchodu knihami Kanzelsberger.....	42
3.8.2 Databáze firmy Anopress	42
3.9 Knižní veletrhy	43
3.10 Vyžádání informací o vycházejících knižních titulech.....	43
4. ZÍSKÁVÁNÍ KNIŽNÍCH TITULŮ PROSTŘEDNICTVÍM NAKLADATELE	44
4.1 Povinný výtisk	44
4.1.1 Historický vývoj povinného výtisku.....	44

4.1.2	<i>Současnost povinného výtisku</i>	44
4.1.3	<i>Povinný výtisk v České republice</i>	46
4.2	Objednávání a nákup knižních titulů u nakladatele (v tradiční podobě)	49
4.3	Objednávání a nákup knižních titulů prostřednictvím webových stránek nakladatele (a dalších subjektů knižního trhu) aneb Internetová knihkupectví	49
4.3.1	<i>Typy internetových knihkupectví</i>	50
4.3.2	<i>Internetová versus kamenná knihkupectví</i>	50
4.3.3	<i>Internetová knihkupectví ve světě</i>	51
4.3.4	<i>Internetová knihkupectví v prostředí českého Internetu</i>	52
4.3.5	<i>Postup při nákupu v internetovém knihkupectví</i>	60
POUŽITÁ LITERATURA.....		61
SEZNAM PŘÍLOH		64