

# Лауреаты 7-й Международной Премии ИФЛА в области Маркетинга

Спонсировано компанией



**Emerald Group Publishing Ltd.**

Секция ИФЛА по Менеджменту и Маркетингу совместно с компанией **Emerald** с радостью объявляет имена победителей 7-го конкурса ИФЛА на получение Международной Премии в области маркетинга в 2009 году.

Первое место было присуждено **Совету Национальной Библиотеки (СНБ) Сингапура** за проект, представленный Шэрон Кох (Sharon Koh, [Sharon\\_KOH@nlb.gov.sg](mailto:Sharon_KOH@nlb.gov.sg)). Слоган победившей маркетинговой кампании – «Вперёд, Библиотека!» (*Go Library*). Это проект многофункциональной мультимедийной платформы (сетового интерфейса), который призван привлечь пользователей в библиотеку. Проект значительно расширил доступ к услугам библиотек и стал шагом навстречу таким организациям, как, например, школы и высшие учебные заведения, где технически подготовленные пользователи стремятся получать необходимую информацию посредством поисковых онлайн-систем и других нетрадиционных методов доступа к информационным массивам. Для достижения наилучшего результата библиотекой были разработаны специальные программы, ориентированные на потребности различных демографических групп, и объединены в проект «Вперёд, Библиотека!».

Победителю-призёру оплачивается стоимость авиабилетов, проживания и регистрации участия в **Генеральной Конференции и Совете ИФЛА**, который пройдет в этом году в Милане (Италия), а также будет выплачена премия в размере 1000 долларов США, которая должна быть направлена на развитие маркетинговых проектов библиотеки.

Второе место присуждено **Совету Города – графства Рексем (Wrexham), Уэльс, Соединенное Королевство**, маркетинговый проект которого представила Джейн Парди (Jane Purdie, [jane.purdie@wrexham.gov.uk](mailto:jane.purdie@wrexham.gov.uk)). Слоган второго проекта-лауреата конкурса можно перевести как «Счастливая пора / Свежий взгляд на библиотеку» (*Happy Days / Take a Fresh Look at Your Library*).

Третье место присуждено **Библиотеке Альберта, Эдмонтон, Канада**. Её маркетинговый проект представили Дженис Галловой (Janis Galloway) и Билл Райс (Bill Rice, [JGalloway@thealbertalibrary.ab.ca](mailto:JGalloway@thealbertalibrary.ab.ca)). Слоган третьего проекта-лауреата – «Кампания Альберта / Не только книги» (*The Alberta Campaign / Books and Beyond*).

Подробнее об этих проектах-победителях конкурса можно узнать у Кристи КУНЦ (Christie Koontz, [ckoontz@ci.fsu.edu](mailto:ckoontz@ci.fsu.edu)), информационного координатора жюри.

Главный призёр-победитель будет официально объявлен на пресс-конференции ИФЛА, о времени и месте проведения которой будет сообщено дополнительно. Тогда же будут представлены лауреаты конкурса, занявшие второе и третье место.

## Критерии отбора заявок

Форма заявки для участия в 7-м конкурсе на получение Международной премии в области маркетинга была доступна на [сайте ИФЛА](#) (а также на веб-странице Русскоязычного центра ИФЛА). Всего было 22 претендента из 17-ти стран: Австралии, Болгарии, Испании, Канады, Киргизской Республики, Колумбии, Нидерландов, Новой Зеландии, Республики Казахстан, Российской Федерации, Сенегала, Сингапура, Соединённого Королевства Великобритании и Северной Ирландии, США, Танзании, Шри-Ланки, Ямайки.

Любая библиотека мира, агентство или ассоциация, которые содействуют развитию библиотечного обслуживания, могли претендовать на получение премии. Международной премии ИФЛА в области маркетинга удостоиваются организации, которые осуществляют творческие, ориентированные на результаты маркетинговые проекты или кампании в сфере обслуживания пользователей библиотек.

## Цели премии

- \* каждый год отмечать премией лучший в мире проект в сфере библиотечного маркетинга;
- \* поощрять маркетинг в библиотеках;
- \* дать библиотекам возможность широкого обмена опытом в области маркетинга.

В этом году заявки конкурсантов тщательно рассматривались по следующим параметрам:

1. стратегический подход к маркетингу;
2. творческий подход, оригинальность, инновационность и социальная значимость;
3. привлечение общественного внимания к деятельности библиотек и необходимости их поддержки;
4. эффективность коммуникаций;
5. намерение продолжать маркетинговую деятельность;
6. эмоциональная выразительность и внимание к морально-этическим аспектам.

Жюри расширило критерии отбора, чтобы предоставить возможность участия в конкурсе наибольшему числу стран. Новая цель, которая в итоге

была достигнута, состояла в том, чтобы продемонстрировать маркетинговые успехи библиотек развивающихся стран, располагающих недостаточными ресурсами.

Для получения дополнительной информации обращайтесь к представителям жюри конкурса на получение Международной Премии в области маркетинга:

- \* Дэйзи МакАдам (Швейцария) / Daisy McADAM (Switzerland)  
– [Daisy.McAdam@ses.unige.ch](mailto:Daisy.McAdam@ses.unige.ch)
- \* Лина ОЛССОН (Швеция) / Lena OLSSON  
– [lina.olsson@lhs.s](mailto:lina.olsson@lhs.s)
- \* Мариэту ДИОП (Сенегал) / Mariétou DIOP (Senegal)  
– [mddiop@ucad.sn](mailto:mddiop@ucad.sn)
- \* Хосе Антонио ГОМЕС-ЭРНАНДЕС (Испания) / José Antonio GOMEZ HERNANDEZ (España)  
– [jgomez@um.es](mailto:jgomez@um.es)
- \* Динеш К. ГУПТА (Индия) / Dinesh K. GUPTA (India)  
– [dineshkg\\_in@yahoo.com](mailto:dineshkg_in@yahoo.com)
- \* Кристи КУНЦ (США) / Christie KOONTZ (USA)  
– [ckoontz@admin.fsu.edu](mailto:ckoontz@admin.fsu.edu)
- \* Людмила ЗАЙЦЕВА (Россия) / Liudmila ZAYTSEVA  
– [lzai@rsl.ru](mailto:lzai@rsl.ru) , [roscomifla@rsl.ru](mailto:roscomifla@rsl.ru)

## О компании EMERALD

### **Emerald Group Publishing Ltd.**

([www.emeraldinsight.com](http://www.emeraldinsight.com))

Основанная в 1967 году группа компаний Эмеральд (Emerald Group Publishing Limited) является мировым лидером по публикации научных работ в сфере управления. Всего, компания Эмеральд выпускает более 700 названий различных изданий, в том числе 200 журналов, более 300 книг и 200 книжных серий, а также предоставляет в режиме онлайн обширный диапазон продуктов и услуг. Компания законопослушна, придерживается международных норм и правил использования онлайн информационных продуктов и услуг.

Издательскую политику группы компаний Эмеральд можно выразить как «Исследования для использования». Это означает, что содержание ее публикаций одновременно строго научно и актуально и соединяет академическую мысль с мировой управленческой практикой.

Коллекция онлайн-журналов, рефератов и других ресурсов компании Эмеральд востребована школами бизнеса и управленческими подразделениями компаний во всем мире. Менеджерам различных учреждений и общественных организаций Эмеральд предоставляет быстрый доступ к прикладным исследованиям, идеям, обзорам и интервью с лучшими в мире учеными в сфере управления.