



Секция «Менеджмента и маркетинга» ИФЛА

Стратегический план на 2008-2009

Проект Август 2007

<http://www.ifla.org/VII/s34/index.htm>

Миссия

- Изучение изданий и осуществление деятельности в сфере менеджмента и маркетинга в библиотечных службах и системах, включая практическое использование и развитие теоретической базы, подготовку и повышение квалификации библиотекарей, а также применение принципов и инструментов менеджмента и маркетинга в библиотечном деле.
- Ключевой центр обсуждения всех аспектов менеджмента и маркетинга в библиотеках всех типов во всем мире.
- Содействие повышению роли ИФЛА в качестве арены сотрудничества и поощрения профессиональных исследователей, практиков и педагогов.
- Содействие превращению ИФЛА в мощный инструмент защиты и развития профессиональных принципов и приоритетов во всем мире.

1. Столп “Общество”

Цели:

1.a Выдвинуть принципы и методы маркетинга для того, чтобы важная роль библиотек стала очевидна и ощутима.

1.b Разрабатывать и координировать действия в поддержку президентской темы «Библиотеки на повестке дня».

Действия:

- 1.1 Следуя лозунгу «Библиотеки на повестке дня» извлекать пользу из всех видов маркетинговой деятельности;
- 1.2 Продолжить работу с ИФЛА по проведению конкурса на вручение Международной премии ИФЛА в области маркетинга, обеспечив финансирование с привлечением внешних спонсоров;
- 1.3 Обеспечить организацию и оглашение результатов конкурса на всех официальных языках ИФЛА;
- 1.4 Содействовать распространению идей и развитию образования в сфере библиотечного маркетинга посредством проведения конкурса и публикации его результатов.

2. Столп “Профессия”

Цели:

2.a) Укреплять профессиональные навыки и знания руководителей библиотек в области библиотечной и информационной науки.

2.b) Обеспечить подготовку руководств по эффективному управлению и маркетингу в библиотеках.

Действия:

- 2.1 Подготовить совместно с Секцией публичных библиотек (Сюзанна Пэетт), Секцией библиотек для детей и юношества и Библиотекой Квебека сателлитовое заседание на тему «Курс на молодежь: как в эпоху современных технологий публичные библиотеки могут привлечь и удержать юных пользователей?» на следующем Конгрессе ИФЛА в 2008 году в Квебеке;
- 2.2 Подготовить программу встречи на Конгрессе ИФЛА в 2008 году на тему «Управление библиотеками в меняющемся мире - правовые, технологические и организационные аспекты» совместно со спонсорами [соорганизаторами];
- 2.3 Подготовить предшествующую Конгрессу ИФЛА конференцию года на тему «Библиотека как место»;
- 2.4 Подготовить программу по библиотечному маркетингу на Конгресс 2009 года – тема уточняется;
- 2.5 Опубликовать доклады сателлитового заседания в Дакаре (Сенегал) 2007;
- 2.6 Проработать вопросы сотрудничества с соответствующими секциями по развитию практического инструментария для менеджеров библиотек, такого как web-ориентированные руководства и рекомендации;
- 2.7 Продолжить в 2008 году второй этап сетевого проекта «MatPromo» (создание web-портала по библиотечному маркетингу, содержащего рекомендации и литературу по маркетингу, а также базу данных библиотечных символов изображений);
- 2.8 Скоординировать работу и завершить перевод Глоссария по маркетингу на некоторые официальные языки ИФЛА;
- 2.9 Начать библиографический проект по созданию электронного международного библиографического указателя по маркетингу, и набрать людей, которые смогут обеспечивать актуализацию данных.

3. Столп “Членство”

Цели:

3.a Посредством участия в работе Секции расширить распространение новых идей и методов в области менеджмента и маркетинга идей во всем мире.

3.b 5. Содействовать привлечению и увеличению числа новых членов в ИФЛА.

Действия:

- 3.1 Привлекать новых членов Секции во время проведения предконференции Секции менеджмента и маркетинга и открытых заседаний, посредством активных призывов к подготовке докладов и других выступлений, а также привлечения к нашей деятельности новых докладчиков - не членов ИФЛА;
- 3.2 Закончить формирование списка действующих, новых и прежних членов Секции менеджмента и маркетинга ИФЛА;
- 3.3 Активизировать участие в открытой дискуссии Секции менеджмента и маркетинга каждого члена нашей Секции и других возможных заинтересованных людей из числа участников конкурса, сателлитовых заседаний и т.д., а также привлечь их к работе руководителя дискуссий;
- 3.4 Актуализировать ограниченный список членов Постоянной комиссии для внутренней работы;
- 3.5 Найти подходящую форму продолжения сотрудничества с наиболее активными прежними членами нашей Секции, желающими работать с нами в дальнейшем;

- 3.6 Постоянно обновлять (в том числе в электронной форме) рекламный буклет нашей Секции на всех официальных языках ИФЛА и распространять его на наших встречах, программах и других мероприятиях;
- 3.7 Выпускать и распространять в электронной форме Информационный бюллетень Секции два раза в год (октябрь/ноябрь и март/апрель) и;
- 3.8 Сотрудничать с заинтересованными Секциями ИФЛА, с тем, чтобы выявить и определить новые возможности для разнообразного членства в ИФЛА, и использовать результаты сотрудничества при формировании пакета документов для вновь набранных членов ИФЛА.
- 3.9 Поощрять и поддерживать вовлечение в работу и активное участие в деятельности Секции вновь избранных членов её Постоянного Комитета посредством предоставления информации и общения с председателем Секции, секретарем и представителем по связи с прессой.