



الجائزة الدولية 7 للتسويق IFLA 2009

برعاية

EMERALD مجموعة النشر المحدودة

ربح 1,000 دولار أمريكي... وأكثر!

الجائزة الدولية للتسويق ل IFLA لعام 2009

يسر قسم الإدارة والتسويق ل IFLA بالتعاون مع **Emerald** أن يعلننا عن الجائزة الدولية للتسويق ل IFLA لعام 2009.

أهداف الجائزة

- مكافأة سنوية لأفضل مشروع تسويق في المكتبة في جميع أنحاء العالم
- تشجيع التسويق في المكتبات
- إعطاء المكتبات الفرصة لتبادل خبرات التسويق

المبادئ التوجيهية

- استمارات تقديم الطلبات هي متاحة في: <http://www.ifla.org/VII/s34/index.htm>
- أي مكتبة في جميع أنحاء العالم تقوم بتسويق المنتجات أو الخدمات التوثيقية مؤهلة لاستلام الجائزة.
- التطبيق يجب أن يكون مكتوبة في واحدة من خمس لغات IFLA.
- قد تكون النسخة مطبوعة أو إلكترونية.
- يجب تقديم الطلب قبل 31 يناير 2009 (المواد المرفقة) على العنوان التالي :

Daisy McADAM (Switzerland)
University of Geneva
Faculty of Economics and Social Sciences
40, Pont-d'Arve
1211 GENEVA 4
Switzerland
Tel. +41-22-3798048
Daisy.McAdam@unige.ch

المقترحات يجب أن تكون :

- عرض مشروع أصلي في التسويق لأي مكتبة .
- الإجابة على كل الأسئلة الموجودة في إستمارة التقديم
- إعطاء شرح عن فوائد هذا المشروع من منظور محلي
- وصف مكونات المشروع على النحو المبين في إستمارة التقديم
- التعبير و تحديد احتياجات المستعملين المستهدفين
- إعطاء وصف كامل للاستراتيجية التسويق
- تلخيص المشروع

كل الإقتراحات لجائزة **IFLA** للتسويق الدولي يجب أن تعكس كل النقاط المذكورة أعلاه. تشجع جميع المكتبات و المؤسسات لوصف الجانب الخيالي والإبداعي من هذه المشاريع.

معايير الاختيار

سيحكم على مقدمي الطلبات على النحو التالي :

1. المنهج الاستراتيجي للتسويق المشار إليه في مراحل البحث لتقديم مشروع ؛
2. الإبداع والابتكار ، كما تبينت من خلال أصالة الحلول لتحديات التسويق ؛
3. القدرة على توليد الرؤية العامة على نطاق واسع ودعم المكتبات ، بغض النظر عن نوع أو كمية الموارد المستخدمة ؛
4. تتضح الفعالية من خلال الأهداف القابلة للقياس وأساليب تقييم ؛
5. الالتزام المستمر لأنشطة التسويق.

قسم التسيير و التسويق ل IFLA مهتم أيضا بالمقترحات التي تشمل تسويق :

- الموارد التي هي في التغطية الدولية
- الموارد الإلكترونية ، على سبيل المثال المجلات الإلكترونية ، ناشر قواعد البيانات ، ومستودعات المؤسسية
- في الفضاء الإلكتروني
- شبكة الأنترنت والمكتبة 2.0
- التحكم في المعلومات
- المنتجات و الخدمات الجديدة .
- المقترحات تكون مستعرضة من طرف لجنة جائزة التسويق الدولي **IFLA** على أساس مدى حسن تطبيق المعايير المذكورة أعلاه . وهناك عوامل أخرى ستأخذ بعين الإعتبار مثل وضوح التخطيط والوعي للعلاقات مع هيئات خارجية . كفاءة تخصيص الموارد (الموظفين ، والمواد ، والوقت) .

أعضاء لجنة التحكيم :

- Mariétou DIOP (Senegal) (السنغال) mddiop@ucad.sn
- Jose Antonio GOMEZ-Hernandez (اسبانيا) jgomez@um.es
- Dinesh K. GUPTA (الهند) dineshkg@sancharnet.in
- Christie KOONTZ (الولايات المتحدة) ckoontz@ci.fsu.edu

- Daisy McADAM (سويسرا) daisy.mcadam@unige.ch
- Lena OLSSON (السويد) lana.olsson@lhs.se
- Ludmila ZAYTSEVA (روسيا) lzai@rsl.ru

يرجى من المترشحين إرسال طلباتهم عن طريق البريد الإلكتروني أو البريد التقليدي ("snail mail") تذكر! الموعد النهائي : 31 يناير، 2009

جائزة IFLA للتسويق الدولي تقوم بتكريم المنظمات التي نفذت إبداعات، الذي تركز على النتائج و حملات المشاريع التسويقية. يتم إنتقاء النهائيين الثلاثة حسب إنجازاتهم. و من بين الثلاثة الفائزين، سيتم اختيار الفائز الذي سيتحصل على تذكرة للسفر جوا ، والسكن ، والتسجيل لمؤتمر IFLA 2009 في ميلان، إيطاليا ، فضلا عن الجائزة النقدية من 1000 دولار (الولايات المتحدة) التي يجب أن تستخدم لتعزيز جهود التسويق المعترف بها في المنظمة. يتم الإعلان عن النهائيين الثلاثة في مارس 2009. يتم إختيار الفائز على المركز الاول و منح التمييز للمتنافسين الإثنين. وسوف يعلن اسم الفائز رسميا في اليوم الأخير من مؤتمر IFLA في أغسطس 2009، في ميلان، إيطاليا.