

W dniu 16 stycznia 2007 roku odbyła się w Gdańsku konferencja „Biblioteka. Co to jest? Gdzie to jest? Czyli o reklamie i marketingu bibliotecznym”, organizowana przez Ateneum - Szkołę Wyższą, Wyższą Szkołę Zarządzania oraz Studentów Uniwersytetu Gdańskiego.

Tematyka konferencji koncentrowała się wokół zagadnień marketingu bibliotecznego oraz jego narzędzi, których znajomość i umiejętność stosowania staje się obecnie niezbędna w pracy bibliotekarza, niezależnie od typu czy wielkości biblioteki. Instytucje non profit, mimo iż, jak sama nazwa wskazuje, nie są nastawione na zysk finansowy, posiadają szereg celów, które starają się realizować. Tak również jest z bibliotekami, które aby pomnażać zysk w postaci zadowolenia użytkowników i pracowników, muszą stosować coraz szerszy zakres działań m.in. w postaci wdrażania narzędzi marketingowych w praktyce bibliotecznej, w tym:

- wykorzystywania nowoczesnych form i metod reklamy bibliotecznej
- stosowania technik public relations w bibliotece
- sprostania oczekiwaniom społeczeństwa informacyjnego.

Konferencja była okazją, aby zapoznać się z badaniami prowadzonymi w tym zakresie przez pracowników naukowych uczelni wyższych, wysłuchać bibliotekarzy – praktyków, którzy strategie marketingowe wprowadzili już w swoich bibliotekach, oraz co równie ważne, wymienić doświadczeniami i nawiązać nowe znajomości, podczas przerw w obradach.

W konferencji, ku niekłamanej radości organizatorów, wzięło udział ponad 170 osób z całej Polski. Jest to, zdaniem wielu osób, dowód wskazujący na potrzebę organizowania podobnych spotkań w przyszłości; spotkań jednodniowych, nie obarczonych zatem nadmiernymi kosztami organizacyjnymi, w których mogą brać udział bibliotekarze nie posiadający pokaźnych środków na wyjazdy i delegacje, ale ciekawi nowych rozwiązań i doświadczeń innych kolegów. Zbiór referatów ukazał się w tomie pokonferencyjnym.