

TRUYỀN THÔNG MARKETING SẢN PHẨM VÀ DỊCH VỤ THÔNG TIN - THƯ VIỆN TẠI TRUNG TÂM HỌC LIỆU ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN

Đinh Thị Hoài*

Trường Đại học Khoa học – ĐH Thái Nguyên

TÓM TẮT

Truyền thông marketing có vai trò rất quan trọng trong hoạt động thông tin – thư viện nói chung và trong hoạt động của Trung tâm Học liệu - Đại học Thái Nguyên nói riêng. Một mặt, nó hỗ trợ cho hoạt động thông tin – thư viện của Trung tâm Học liệu, mặt khác nó trợ giúp cho đối tượng người dùng tin của Trung tâm. Nội dung bài viết dưới đây sẽ chi tiết hóa hơn các vai trò đó để khẳng định sự cần thiết phải sử dụng và sử dụng hiệu quả truyền thông marketing tại Trung tâm Học liệu. Bên cạnh đó, bài viết sẽ đề cập đến thực trạng sử dụng một số phương tiện truyền thông marketing tại Trung tâm để đánh giá được hiệu quả của hoạt động truyền thông marketing tại đây và xây dựng phương hướng phát triển các phương tiện này, đó là: truyền thông marketing qua Website, truyền thông marketing qua mạng xã hội (Facebook và Youtube), truyền thông marketing qua tổ chức sự kiện và truyền thông marketing qua lớp hướng dẫn sử dụng thư viện.

Từ khóa: Đại học Thái Nguyên; Sản phẩm và dịch vụ; Thông tin – thư viện; Trung tâm Học liệu; Truyền thông marketing.

MỞ ĐẦU

Truyền thông marketing là một yếu tố quan trọng trong các yếu tố của marketing hỗn hợp. Theo Phillip Kotler: “truyền thông marketing bao gồm các hoạt động của công ty nhằm kết nối và xúc tiến các sản phẩm của nó tới thị trường mục tiêu” [1]. Xem xét trong lĩnh vực thư viện, truyền thông marketing giúp các thư viện giới thiệu cho người dùng tin biết đến sản phẩm mình cần, các lợi ích nhờ việc khai thác, sử dụng sản phẩm đó bằng việc sử dụng các công cụ truyền thông khác nhau [2]. Tuy nhiên, việc nghiên cứu và ứng dụng truyền thông marketing trong hoạt động thông tin - thư viện mới chỉ dừng lại ở các công trình là luận văn, báo cáo và bài báo khoa học. Gần đây nhất có các công trình là: Ứng dụng marketing hỗn hợp trong hoạt động thông tin – thư viện tại thư viện dân tộc học, luận văn thạc sĩ của tác giả Nguyễn Thị Phương Lê năm 2016 [3]; Marketing tại Trung Tâm thông tin – thư viện Đại học Luật Hà Nội, luận văn thạc sĩ của Bùi Thị Thanh năm 2014 [4]; Mạng xã hội facebook, phương tiện hữu ích hỗ trợ hoạt động của các cơ quan thông tin - thư viện Việt Nam hiện nay của tác giả Bùi Thị Thu Hà đăng trong Tạp chí

Thư viện Việt Nam năm 2014 [5]. Một số bài báo khoa học của tác giả Bùi Thanh Thùy như: Một số đề xuất nhằm nâng cao hoạt động truyền thông marketing tại thư viện đại học ở Việt Nam đăng trên Tạp chí Thư viện Việt Nam năm 2014 [6]; Truyền thông marketing thư viện trong kỉ nguyên số đăng trong Kỷ yếu hội thảo khoa học: “Sự nghiệp thông tin - thư viện Việt Nam đổi mới và hội nhập quốc tế” năm 2011 [7]; Hoạt động truyền thông marketing của Trung tâm Thông tin - Thư viện Đại học Quốc gia Hà Nội đăng trong Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội năm 2011 [8]. Các công trình này đã nghiên cứu hoạt động truyền thông marketing từ khái quát đến cụ thể trong hoạt động thông tin - thư viện tại một số trung tâm thông tin - thư viện điển hình. Trung tâm Học liệu Đại học Thái Nguyên là một trong bốn thư viện hiện đại nhất cả nước, việc đề cao vai trò và triển khai mạnh mẽ hoạt động truyền thông marketing vào hoạt động của mình là rất cần thiết với Trung tâm Học liệu (TTHL) hiện nay và trong tương lai tới. Nội dung tiếp theo dưới đây sẽ đề cập tới vai trò của truyền thông marketing với TTHL và người dùng tin của TTHL cũng như một số phương tiện truyền thông marketing mà TTHL đang triển khai ứng dụng.

* Tel:0985592064; Email: dinhhoaicntvk9@gmail.com

VAI TRÒ CỦA HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG MARKETING SẢN PHẨM VÀ DỊCH VỤ THÔNG TIN - THƯ VIỆN TẠI TRUNG TÂM HỌC LIỆU ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN

Trung tâm Học liệu Thái Nguyên là đơn vị sự nghiệp thuộc khối phục vụ đào tạo của Đại học Thái Nguyên (ĐHTN) được thành lập theo Quyết định số 977/QĐ-TCCB của Giám đốc ĐHTN và chính thức đi vào hoạt động từ 21/11/2007. Đây là một trong 4 mô hình thư viện hiện đại của cả nước được tổ chức từ thiện Atlantic Philanthropies (Mỹ) tài trợ kinh phí thông qua RMIT Vietnam holding Pty Ltd (Úc) và tổ chức Đông Tây hội ngộ (Hoa Kỳ) xây dựng. Chức năng, nhiệm vụ cơ bản nhất của TTHL là quản lý, tổ chức nguồn tài nguyên thông tin để phục vụ cho nhu cầu tin của tất cả đối tượng người dùng trong toàn ĐHTN. Để làm tốt nhiệm vụ này, ban lãnh đạo TTHL đã luôn tìm kiếm những giải pháp tốt nhất để xây dựng và phát triển hệ thống sản phẩm và dịch vụ thông tin thư viện cũng như những biện pháp để quảng bá các sản phẩm dịch vụ này đến với người dùng tin. Trước hết, TTHL cần nhận định được truyền thông marketing có vai trò như thế nào đối với chính Trung tâm, đối với người dùng tin của Trung tâm, để từ đó có chính sách phát triển hoạt động này.

Đối với Trung tâm Học liệu Đại học Thái Nguyên

Khẳng định vai trò không thể thiếu của Trung tâm Học liệu đối với người dùng tin

Trong xã hội thông tin thì thông tin giúp cho người nắm giữ nó sẽ thành công trong mọi hoạt động và còn có khả năng tạo ra những thông tin có giá trị cao, điều này làm cho vai trò của thông tin ngày một quan trọng. Theo đó, TTHL chính là điểm đến cho những ai có nhu cầu tìm kiếm và sử dụng thông tin. Vậy hoạt động truyền thông marketing chính là một công cụ hỗ trợ đắc lực cho TTHL trong việc khẳng định vị trí của Trung tâm với người dùng tin, nó đem lại sự hiểu biết đầy đủ cho người dùng tin về vị trí, vai trò của

TTHL, từ đó giúp xây dựng hình ảnh tích cực trong người dùng tin về Trung tâm.

Thu hút người sử dụng đến với Trung tâm Học liệu

Người dùng tin là một trong bốn yếu tố cơ bản cấu thành nên một cơ quan thông tin - thư viện. Họ đóng một vai trò vô cùng quan trọng trong việc hình thành, duy trì và phát triển của một thư viện. Nếu thiếu đi yếu tố này thì thư viện trở nên vô nghĩa, mất đi phương hướng hoạt động và phát triển. Đối với TTHL thì vấn đề đặt ra ở đây là phải làm sao để người dùng tin biết đến Trung tâm, biết đến các lợi ích từ các sản phẩm và dịch vụ thông tin - thư viện và sử dụng một cách hiệu quả nhất. Để giải quyết vấn đề này, việc sử dụng công cụ truyền thông marketing là một giải pháp hữu hiệu nhất.

Xây dựng mối quan hệ với các trung tâm, tổ chức và cá nhân người dùng tin

Truyền thông marketing giúp TTHL xây dựng các mối quan hệ với các cơ quan tổ chức, các nhà tài trợ, và với người dùng tin. Mối quan hệ này có thể là giữa TTHL với một trung tâm, tổ chức, cá nhân trong nước hay ngoài nước, có thể là cùng lĩnh vực hay khác lĩnh vực. Song mỗi quan hệ này có thể giúp Trung tâm khẳng định vị thế, vai trò với các trung tâm, tổ chức, cá nhân đó. Hoạt động truyền thông marketing sẽ củng cố, làm vững chắc hơn và rộng rãi hơn mối quan hệ này của TTHL.

Giúp Trung tâm Học liệu nắm được các nhu cầu mong muốn của người dùng tin, để xây dựng và phát triển các sản phẩm dịch vụ thông tin - thư viện

Người dùng tin luôn có sự thay đổi về nhu cầu tin, điều này là một khó khăn trong việc xây dựng và phát triển các sản phẩm và dịch vụ thông tin - thư viện tại TTHL. Thông qua hoạt động truyền thông marketing, TTHL sẽ hiểu được nhu cầu tin của người dùng tin, từ đó xây dựng các dịch vụ và tạo ra các sản phẩm thông tin phù hợp nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu tin của họ.

Đối với người dùng tin

Nâng cao nhận thức, sự hiểu biết và hình thành thói quen, tập quán của mọi thành viên trong xã hội đối với việc khai thác, sử dụng thông tin

Các nhà nghiên cứu, các chuyên gia trong lĩnh vực khoa học thông tin khẳng định rằng thông tin là yếu tố cơ bản đầu tiên cho mọi hoạt động trong đời sống sinh hoạt, xã hội. Hơn thế nữa, vị thế của các cá nhân tổ chức trong xã hội đều có được cũng từ thông tin mà nên. Đây là lý do mà thông tin càng ngày càng giữ một vai trò quan trọng. Tuy nhiên, để nắm giữ được thông tin quan trọng và sử dụng chúng hiệu quả thì các thành viên trong xã hội cũng chưa có trình độ và kinh nghiệm [9]. Trong hoạt động của mình, nhằm mục đích là tạo cho người dùng tin có hiểu biết về vai trò của thông tin và thói quen khai thác, sử dụng thông tin, TTHL luôn tiến hành nghiên cứu và tìm ra các biện pháp để thôi thúc người dùng tin. Đây là một trong những lý do để tiến hành truyền thông marketing các sản phẩm và dịch vụ thông tin - thư viện. Những tác động tích cực từ hoạt động này sẽ tác động đến nhận thức của người dùng tin, làm thức tỉnh ham muốn có được thông tin để họ tự giác tìm hiểu cách thức có được thông tin đó.

Nhận biết được các sản phẩm và dịch vụ thông tin - thư viện Trung tâm hiện có và chất lượng của chúng ra sao

Truyền thông marketing giúp cho người dùng tin nhận biết về các sản phẩm và dịch vụ thông tin - thư viện TTHL có và chất lượng của chúng từ đó thu hút ngày càng nhiều người dùng tin. Như chúng ta đã biết, trọng tâm chính của mỗi thư viện là dịch vụ bạn đọc và truyền thông marketing là cần thiết cho sự thành công và sự tiếp tục tồn tại của một thư viện. Truyền thông marketing hiệu quả sẽ cung cấp cơ hội cho người sử dụng nhận biết về các dịch vụ của thư viện và giá trị của nó.

Đưa ra sự lựa chọn về loại hình sản phẩm dịch vụ cũng như cách tiếp cận mà bản thân đang có nhu cầu

Mỗi cơ quan thông tin - thư viện luôn hướng đến mục tiêu là làm sao để đáp ứng tối đa nhu

cầu tin của người dùng tin. Đây là nguồn gốc của các hoạt động marketing, đặc biệt là truyền thông marketing. Hoạt động này sẽ định hướng tốt cho người dùng tin cách để lựa chọn một trong các sản phẩm và dịch vụ đó, cung cấp một cách đầy đủ các thông tin về các sản phẩm dịch vụ thông tin - thư viện, các thông tin đó như: tên gọi loại hình sản phẩm dịch vụ, nội dung, các lợi ích khi sử dụng, chi phí để sử dụng, cách thức tiếp cận chúng. Khi đã nắm được những thông tin về chúng, người dùng tin sẽ dễ dàng lựa chọn chúng cho mục đích cá nhân của mình.

CÁC PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG MARKETING SẢN PHẨM VÀ DỊCH VỤ THÔNG TIN – THƯ VIỆN TẠI TRUNG TÂM HỌC LIỆU ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN

Trung tâm Học liệu đã sử dụng rất nhiều các phương tiện truyền thông marketing như: tờ rơi, băng dôn, quảng cáo, lớp hướng dẫn sử dụng thư viện, sử dụng Website, trang mạng xã hội (Facebook, Youtube), tổ chức sự kiện (hội nghị, hội thảo, triển lãm, lễ kỉ niệm..). Tuy nhiên, tính đến thời điểm hiện tại, các phương tiện truyền thông được TTHL duy trì cũng như mang lại hiệu quả truyền thông cao thì có các phương tiện sau: truyền thông marketing qua Website, truyền thông marketing qua mạng xã hội (Facebook, Youtube), truyền thông marketing qua tổ chức sự kiện và truyền thông marketing qua lớp hướng dẫn sử dụng thư viện.

Truyền thông marketing sản phẩm và dịch vụ thông tin - thư viện qua Website

Trang Web của TTHL được thành lập ngay từ khi TTHL ra đời, tức là đã được 11 năm kể từ năm 2007 đến nay với địa chỉ truy cập là: <http://www.lrc.tnu.edu.vn/>. Website của TTHL được thành lập dưới sự chỉ đạo của ban giám đốc điều hành, được bộ phận công nghệ thông tin thuộc phòng số hóa của TTHL duy trì, phát triển tới thời điểm hiện tại. Hoạt động truyền thông marketing của TTHL qua Website nhằm mục đích cơ bản là quảng bá hình ảnh, giới thiệu các sản phẩm, dịch vụ hiện có tại Trung tâm, chỉ ra những lợi ích của chúng cho người dùng tin hiểu và có hành

động sử dụng. Nội dung thông tin được đăng tải lên Website là những thông tin đã được ban lãnh đạo TTHL kiểm duyệt chặt chẽ, đảm bảo về tính chính xác, giá trị khoa học đối với người dùng tin. Hình thức thông tin được đăng tải cũng được quản trị viên đảm bảo tính đa dạng, bao gồm các thông tin dạng văn bản, hình ảnh, âm thanh và video. Nội dung và hình thức thông tin đa dạng, có giá trị khoa học cao chính là một yếu tố hàng đầu thu hút đối tượng người dùng tin truy cập vào Website của TTHL [10]. Số lượt truy cập vào Website của TTHL tăng dần qua các năm, cho thấy hiệu quả hoạt động truyền thông cũng tăng dần. Số liệu được tổng hợp trong Bảng 1.

Bảng 1. Số liệu thống kê lượt truy cập vào Website TTHL của người dùng tin qua các năm 2015 đến năm 2017

Năm	2015	2016	2017
Lượt truy cập	4.964.161	5.033.048	5.112.396

(Nguồn: Phòng số hóa của TTHL)

Truyền thông marketing sản phẩm và dịch vụ thông tin - thư viện qua mạng xã hội (Facebook và Youtube)

Mạng xã hội Facebook được cộng đồng mạng sử dụng rất phổ biến bởi tính cập nhật, chia sẻ và tốc độ lan truyền của nó rất nhanh. Cũng theo xu thế xã hội, ban lãnh đạo TTHL cũng đã triển khai việc thành lập Fanpage riêng của TTHL với mục đích là tiếp cận người dùng tin, tìm hiểu nhu cầu của họ và giới thiệu quảng bá hệ thống sản phẩm dịch vụ của TTHL, hướng người dùng tin đến việc sử dụng các sản phẩm dịch vụ này. Trang Facebook của TTHL được thành lập vào năm 2014, vào thời điểm Việt Nam có cộng đồng người dân sử dụng Facebook rất lớn. Địa chỉ truy cập trang mạng xã hội Facebook của TTHL là: <https://www.facebook.com/pg/TTHLTN/>

Thông tin được đăng tải lên Fanpage Facebook TTHL gồm các bài viết, video, hình ảnh có nội dung liên quan đến hoạt động thông tin – thư viện của TTHL, đến vấn đề người dùng tin đang quan tâm hay những vấn

đề xã hội hiện tại. Hiệu quả truyền thông qua Facebook của TTHL có thể được đo thông qua lượt thích và lượt theo dõi của người dùng tin đối với Fanpage của Trung tâm. Lượt thích, theo dõi của người dùng tin với Fanpage Facebook TTHL tăng dần qua các năm, cụ thể được thống kê trong Bảng 2.

Bảng 2. Số liệu thống kê lượt thích và theo dõi Fanpage Facebook TTHL của người dùng tin qua các năm 2015 đến năm 2017

Năm	2015	2016	2017
Lượt thích	3940	5596	7860
Lượt theo dõi	3116	5516	7780

(Nguồn: Đoàn Thanh niên của TTHL)

Mạng xã hội Youtube cũng là một trang mạng có số người sử dụng rất cao. Tuy nhiên, TTHL chưa có trang chủ Youtube chính thức mà chỉ đăng tải video lên Youtube thông qua tài khoản cá nhân của cán bộ trong Trung tâm. Kể từ năm 2014, với mục đích vẫn là để hỗ trợ người dùng tin, quảng bá hình ảnh của Trung tâm, ban lãnh đạo TTHL đã chỉ đạo cán bộ về việc đăng tải những video về TTHL lên mạng xã hội Youtube. Các video được đăng tải lên Youtube có nội dung đề cập đến các hoạt động của TTHL như: giới thiệu về TTHL, về nguồn tài nguyên thông tin tại đây, những bài phỏng vấn người dùng tin đến sử dụng TTHL... Thông qua những thông tin này, người dùng tin sẽ có cái nhìn sâu sắc về TTHL cũng như có hành động sử dụng nguồn tài nguyên thông tin của Trung tâm.

Truyền thông marketing sản phẩm và dịch vụ thông tin - thư viện qua tổ chức sự kiện

Hàng năm, TTHL tổ chức rất nhiều các sự kiện, bao gồm các sự kiện là lễ kỉ niệm, các hội thảo, hội nghị, triển lãm, khai trương, tọa đàm... Các sự kiện này được tổ chức hướng đến đối tượng người dùng tin chủ yếu là cán bộ, giảng viên, lãnh đạo của các trường thành viên trong ĐHTN. Tổ chức sự kiện không chỉ góp phần giúp thư viện phát triển sản phẩm và dịch vụ, giúp cán bộ thư viện kết nối với người dùng tin mà còn tạo môi trường phát triển và nâng cao nghiệp vụ cho cán bộ thư

viện, giúp các cơ quan thông tin - thư viện quảng bá và tạo dựng thương hiệu [8]. Ngay từ những ngày đầu thành lập, TTHL đã tổ chức các sự kiện với quy mô lớn như lễ khai trương, hội nghị bạn đọc, tọa đàm trao đổi giữa các cơ quan thông tin trong và ngoài nước. Thông qua các sự kiện này, hình ảnh của TTHL được quảng bá rộng khắp, được người dùng tin nhắc đến như một thư viện không lồ, lý tưởng và có mong muốn đặt chân đến. Đây chính là hiệu quả của hoạt động truyền thông marketing thông qua việc tổ chức các sự kiện. Một số các sự kiện lớn được tổ chức tại TTHL như lễ kỉ niệm 5 năm ngày thành lập TTHL, lễ kỉ niệm 10 năm ngày thành lập TTHL, hội thảo khoa học giữa TTHL với các đơn vị thành viên của Đại học Thái Nguyên, một số chương trình thường niên như kỉ niệm ngày Phụ nữ Quốc Tế (8/3), ngày Phụ Nữ Việt Nam (20/10), ngày hội đọc sách Việt Nam (21/04). Đối tượng người dùng tin tham gia các sự kiện này thường là các cán bộ thư viện, các chuyên gia hàng đầu về hoạt động thông tin - thư viện đến từ khắp các cơ quan thông tin - thư viện trong và ngoài nước. Đây cũng là đối tượng chính TTHL hướng tới trong hoạt động truyền thông marketing.

Truyền thông marketing sản phẩm và dịch vụ thông tin - thư viện qua lớp hướng dẫn sử dụng thư viện

Lớp hướng dẫn sử dụng thư viện hay các hình thức khác của nó như lớp đào tạo người dùng tin, khóa học nâng cao kỹ năng tra cứu thông tin, tập huấn người dùng tin... đều là một hình thức hướng dẫn người dùng tin trong việc tra cứu, tìm kiếm và sử dụng nguồn tài nguyên thông tin tại TTHL. Mục đích chính của các lớp hướng dẫn này là giúp người dùng tin có kiến thức cơ bản về tra cứu, tìm kiếm và sử dụng tài liệu tại TTHL. Tùy theo nhu cầu và trình độ của đối tượng người dùng tin mà mục đích, quy mô, nội dung của các lớp hướng dẫn khác nhau. Thông thường, hàng năm TTHL sẽ tổ chức tối thiểu là 1 lớp hướng dẫn dành cho các sinh viên đại học năm đầu tiên để trang bị kiến thức cơ bản

nhất, đủ để sử dụng được các nguồn tài liệu đơn giản tại TTHL. Cán bộ chịu trách nhiệm về lớp hướng dẫn là người có trình độ chuyên môn cao, có kiến thức sâu về các ngành các lĩnh vực nghiên cứu của đối tượng người dùng tin tham gia lớp hướng dẫn. Kết thúc các lớp hướng dẫn, người dùng tin sẽ đủ kiến thức tối thiểu để có thể tự tiến hành tra cứu, tìm kiếm và sử dụng nguồn tài liệu tại TTHL.

KẾT LUẬN

Như vậy, truyền thông marketing giữ vai trò rất quan trọng đối với hoạt động thông tin - thư viện của TTHL. Song song với việc nhận định được hết vai trò của truyền thông marketing, TTHL cũng cần gìn giữ, phát huy, phát triển mới thêm các phương tiện truyền thông marketing khác. Có như vậy, hoạt động truyền thông marketing tại TTHL nói riêng, trong hoạt động thông tin - thư viện nói chung mới có những bước phát triển mới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Kotler P. (2009), *Quản trị marketing*, Nxb Lao động Xã hội, Hà Nội
2. Bùi Thanh Thủy (2010), “Hoạt động truyền thông marketing của Trung tâm Thông tin - Thư viện Đại học Quốc gia Hà Nội”, *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN* số 26, tr. 238-245
3. Nguyễn Thị Phương Lê (2015), *Ứng dụng marketing hỗn hợp trong hoạt động Thông tin – Thư viện tại Thư viện dân tộc học*, luận văn thạc sĩ ngành thông tin – thư viện, trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn, Hà Nội.
4. Bùi Thị Thanh (2014), *Marketing tại Trung tâm Thông tin – Thư viện Đại học Luật Hà Nội*, Luận văn thạc sĩ chuyên ngành thông tin – thư viện, trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn, Hà Nội.
5. Bùi Thị Thu Hà (2014), “Mạng xã hội facebook, phương tiện hữu ích hỗ trợ hoạt động của các cơ quan thông tin - thư viện Việt Nam hiện nay”, *Tạp chí Thư viện Việt Nam*, số 5, tr. 24-28.
6. Bùi Thanh Thủy (2014), “Một số đề xuất nhằm nâng cao hoạt động truyền thông marketing tại thư viện đại học ở Việt Nam”, *Tạp chí Thư viện Việt Nam*, số 5, tr. 19-23
7. Bùi Thanh Thủy (2011), “Truyền thông marketing thư viện trong kỉ nguyên số”, *Kỷ yếu hội thảo khoa học: Sự nghiệp thông tin – thư viện Việt Nam đổi mới và hội nhập quốc tế*, khoa Thông tin Thư viện trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn Hà Nội, tr. 6-16.

8. Bùi Thanh Thủy (2010), “Hoạt động truyền thông Marketing của Trung tâm Thông tin - Thư viện Đại học Quốc gia Hà Nội”, *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN* số 26, tr. 238-245.
9. Lê Thị Huyền Trang (2015), *Tổ chức sự kiện trong hoạt động thông tin – thư viện tại các trường đại học ở Hà Nội*, luận văn thạc sĩ ngành thông tin – thư viện, trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn, Hà Nội
10. Website của Trung tâm Học liệu Thái Nguyên: <http://www.lrc.tnu.edu.vn/>
11. Fanpage Face book của Trung tâm học liệu: (https://www.facebook.com/pg/TTHLTN/community/?ref=page_internal)

SUMMARY

MARKETING PROMOTION FOR INFORMATION - LIBRARY PRODUCT AND SERVICE AT THE LEARNING RESOURCE CENTER OF THAI NGUYEN UNIVERSITY

Đinh Thị Hoài*

TNU - University of Science

Marketing promotion plays an important role in information - library activities in general and in the operation of Thai Nguyen Learning Resource Center in particular. With the Learning Resource Center, marketing promotion help to assertive role the indispensable of the Center for users; Attract users to the Center; Build relationships with centers, organizations and individual users; Help the Center understand the demand of users, to build, develop products and service information - library. With the users of the Center, through the marketing promotion, to help raise awareness, form the habit of exploiting and using information. Know the products and services information - library and their quality; Choice of the product and service. The Learning Resource Center has used a variety of media, but in the field of research, the article research with marketing media: marketing promotion through the Web, marketing promotion through the social network (Facebook and Youtube), marketing promotions through event organization and marketing promotions through the library user guide.

Keywords: *Thai Nguyen University; product and service; information - library; Learning Resource Center; Marketing promotion*

Ngày nhận bài: 20/3/2018; Ngày phản biện: 17/4/2018; Ngày duyệt đăng: 29/6/2018

* Tel:0985592064; Email: dinhhoaicntvk9@gmail.com