



ПОЛЕЗНА И НЕОБХОДИМА КНИГА

Юбилеен сборник в чест на проф. Йордан Йорданов.

Състав. Хр. Харитонов, Г. Чохаджиева и Св. Атанасова. В. Търново.

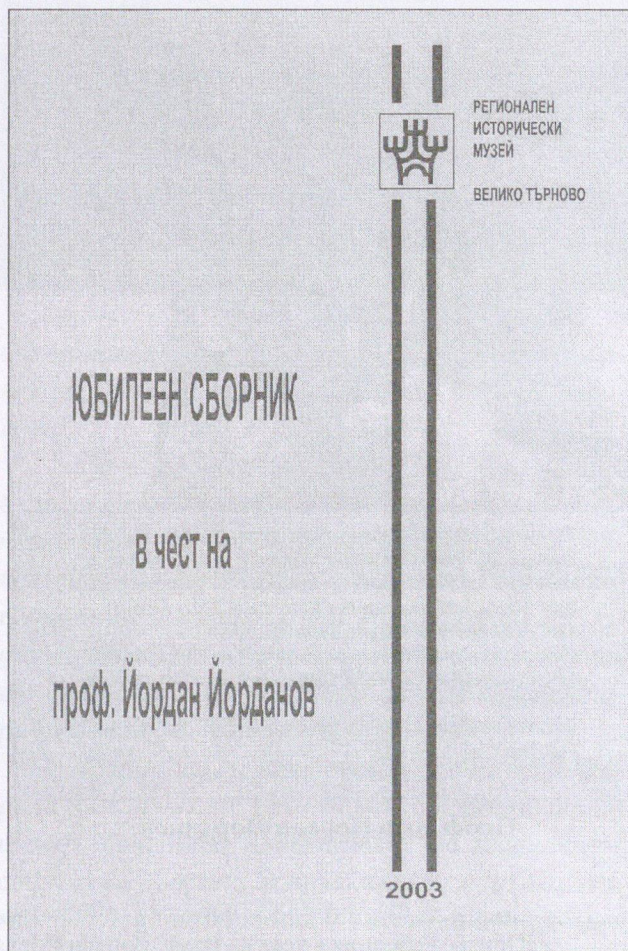
Рег. ист. музей, 2003. 466 с. с ил.

Стела Асенова

Регионалният исторически музей – гр. Велико Търново, издаде неотдавна "Юбилеен сборник с доклади и научни съчинения от седмите музейни четения "Човекът в миналото", посветени на 65-годишнината на проф. д.м.н. Йордан Йорданов (20–21 май 2003 г.). Солидната книга е в 466 страници, на един голям, подходящ за подобен тип научно издание формат 60 x 84/8, с разнообразен илюстративен материал.

Основен съставител и редактор на книгата е директорът на музея ст.н.с. д-р Христо Харитонов, автор на интересен доклад, свързан с нумизматичната проблематика: "Унгарският художествен вкус на една търновка от 1190 година". Представени са и редица автори от Велико Търново, Русе, Варна, София, Стара Загора, Габрово, Свищов, Смолян и други, най-вече музейни работници и специалисти. Разглежданите проблеми са със значим обхват в полето на българската история, археология и музейно дело. Включените доклади разглеждат исторически въпроси, свързани с историята на определени селища и техните околности – например Велико Търново, Свищов, Бяла Черква и други, което е съществен принос в съвременното ни краезнание. Все пак една значителна част

от изследванията се вписват в контекста на старата и новата ни история и отразяват важни събития – националноосвободителните движения в посочените селища, техните опълчения, обстановката по време



Йордан Алексиев Йорданов

- Директор на Института по експериментална морфология и антропология при Българската академия на науките;
- Председател на българското антропологично дружество;
- Доктор на медицинските науки от 1980 г.;
- Професор във Великотърновския университет "Св. Св. Кирил и Методий", Нов български университет, Югозападен университет "Неофит Рилски";



- Автор на 8 самостоятелни монографии, 195 научни публикации, 65 пластични антропологични реконструкции на меките тъкани на главата на черепа, 11 антропологични експозиции, 3 самостоятелни изложби (САЩ – Атланта, 1987; София, 1999; Велико Търново, 2000);
- Инициатор на идеята за експонирането на Калояновият гроб от църквата "Св. Четиридесет мъченици" във Велико Търново;
- Дарител на Регионален исторически музей – Велико Търново.

Проф. дмн Йордан Йорданов

на вте световни войни, бежанските проблеми. Някои от другите научни съобщения са свързани с археологическите и нумизматичните изследвания и историко-културната проблематика. Спектърът на включените доклади е с теми, които също привличат читателския поглед, а именно – свързани с праисторическите паметници по българските земи през Българското средновековие, Възраждане и следвоенния период.

Някои материали са свързани с културната дейност на селища като В. Търново, Свищов, Русе и др., а също и по проблематиката на периодичния печат – "Търново във възрожденската периодика" на Живка Радева и "Списание "Самоуправление" – изразител на интересите на българската община през 20–30-те години на XX век" на Виолета Павлова.

За улеснение при ползването на книгата е приложен "Азбучен списък" на авторите участници в "Юбилеен сборник в чест на проф. Йордан Йорданов" (463–465).

Книгата е много добре съставена, отпечатаните доклади и научни съобщения са върху бяла хартия, с необходимото качество на печата, за което имат дял и съставителите. С разнообразието си на материали и с удачния оформителски подход при ошрифтуване и илюстриране на книжното тяло изданието е един сериозен принос в издателската дейност на Регионалният исторически музей – гр. Велико Търново, което ще остане за поколенията, идващи след нас.

АКТУАЛНО ИЗДАНИЕ ПО ПРОБЛЕМИТЕ НА МАРКЕТИНГА НА КНИГАТА*

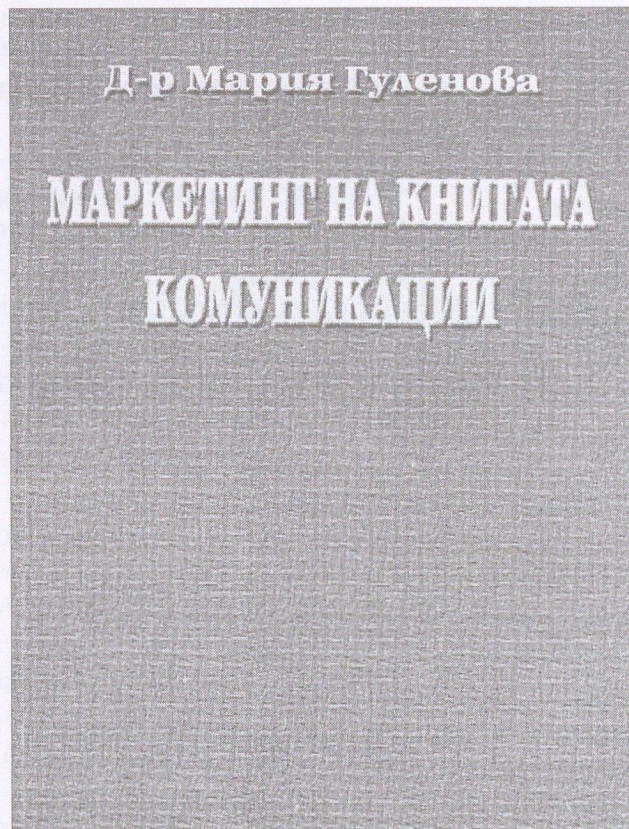
ст.н.с. д-р Цветана Стайкова,
Централна библиотека
на Българска академия на науките

Книгата има собствена, значителна ниша в сферата на съвременната култура, независимо от това в какъв аспект се възприема – като средство за разпределение на писмени текстове и нагледни изображения, като обект за четене, представящ на читателя определена информация, като създадено от индивидуален или колективен автор произведение, като продукт на редакционно-издателската дейност или като стока със своя цена, предназначена за продажба. Нейните параметри на въздействие се разширяват още повече с новата, нетрадиционна форма на реализацията ѝ. Но на книжен или електронен носител, независим от основната ѝ функция да оказва въздействие върху духовния свят на човека, книгата е преди всичко продукт, създаден в сферата на материалното производство.

Ето защо появата на труда на д-р Мария Гуленова "Маркетинг на книгата. Комуникации" е съвсем навременна, а информацията, която авторката поднася – напълно актуална.

Проблемите, третираны в труда, отразяват основни постановки по отношение ролята на маркетинга в издателската дейност.

Свързани с интерпретацията на рекламата като "динамична, бързо трансформираща се сфера на човешката дейност" (Е. Ромат), тези проблеми добиват съвременни



измерения както при теоретичното им осветляване, така и при прилагането им в практиката.

След историческия преглед, чрез който е представен фундаментът, от който логически произтичат всички особености на съвременното състояние и развитие на интегрираните маркетингови комуникации на издателството, се разглежда обстойно тяхната същност, както и техният инструментариум днес.

Вещината, с която авторката е подготвила към темата, проличава от детайлното и задълбоченото представяне на отделните страни на въпроса за връзката на маркетингамикс на издателството и интегрираните маркетингови комуникации; проличава и от ця-

лостния обхват и подхода при тълкуването на материала, което съвсем естествено довежда до извода, че "маркетинговата наука се ръководи изцяло от практическите потребности и съществува заради тяхното удовлетворяване".

Практическото осмисляне на въпроса е най-силната страна на труда на д-р Мария Гуленова. Най-съществената и голяма негова част е посветена на основните инструменти на интегрираните маркетингови комуникации на издателството.

Рекламата, представена със силните и слабите ѝ страни, с нейната убедителност и ефективност, пблик релейшънс – с всичките особености на управлението, интегрирането и инструментариума им, насърчаване на продажбите, лични продажби и пр. – всички тези инструменти на интегрираните маркетингови комуникации на издателството са представени на сериозна, научна основа с една единствена цел – да служат най-ефективно на практиката.

Специалното внимание в труда е отделено на комуникациите с използване на директен маркетинг. Тази специфична и модерна форма на комуникиране с клиента, авторката предоставя с основните ѝ предимства, отбелязвайки мнението, че "терминът директен маркетинг непрекъснато приема нови значения" (Ф. Котлър). Гъвкавостта, целенасоченият и персонализиран подход са сред неговите съществени характеристики.

Чрез обективното и критично отношение към слабите и силните страни на всеки един от инструментите на интегрираните маркетингови комуникации в труда се отправят косвено препоръки за тяхното внимателно и умело използване и избягване на недостатъците им. Това още един път подчертава неговата практическа насоченост. Тук не мо-

гат да не се отбележат позованията и цитирането на мисли на специалисти в тази област от най-висок ранг, което заедно с увеличаване на научната стойност на труда го прави особено атрактивен и убедителен.

Предназначен преди всичко за студенти и преподаватели в научните области, свързани с маркетинговата дейност на издателствата, трудът на д-р М. Гуленова има много по-широка читателска аудитория от специалисти, свързани с теоретичните, а също така и с практическите въпроси на интегрираните маркетингови комуникации на съвременните български издателства.



Рисунка – Ралица Петрова