

# 뉴노멀시대의 대학도서관 마케팅 전략에 대한 연구\*

이용재  
부산대학교 문헌정보학과

## A Study on Library Marketing Strategies for Academic Libraries in New Normal Age

Yong-Jae Lee

Dept. of Library, Archive & Information Studies, Pusan National University

요 약 이 연구의 목적은 COVID19이라는 팬데믹 재난 상황에 직면한 국내 대학도서관이 지속가능한 서비스를 제공하기 위한 도서관마케팅 전략을 제시하기 위한 것이다. 이를 위하여 국내의 대학도서관들에 대한 자료를 수집하고 비교하였다. 자료조사를 위하여 국내 대학도서관의 경우 발전계획 문서를 수집하고 도서관 홈페이지를 분석하였고, 외국 대학도서관의 경우 도서관 홈페이지를 분석하였다. 이를 통해 팬데믹 상황에 직면한 국내의 대학도서관이 기존의 서비스를 지속하거나 조정하고 새로운 서비스를 전개하는 양상을 분석하고 시사점을 도출하였다. 분석 결과, 국내의 대학도서관들은 전지구적 전염병 확산이라는 재난 상황에서도 도서관의 장서, 시설, 서비스, 프로그램을 이용자들이 단절되지 않고 이용할 수 있도록 다각도의 대책을 강구하고 서비스를 지속하고 있음을 발견하였다. 연구의 결과, 뉴노멀시대 대학도서관의 지속가능한 서비스 제공을 위한 마케팅전략으로 기본의 강화와 가치마케팅 전략, 공간마케팅 전략, 블루오션 마케팅 전략을 제시하였다. 이 연구의 의의는 국내 대학도서관과 사서들이 도서관이 팬데믹 위기 상황을 극복하고 서비스를 지속하거나 확대할 수 있는 도서관마케팅 전략을 제시하였다는 점이다. 후속연구로 뉴노멀 시대에서의 국내의 대학도서관이 개발하는 서비스 및 프로그램 사례에 대한 심층 분석, 뉴노멀시대 대학도서관의 서비스 안정을 위한 주제별 도서관 마케팅 심화 전략 개발에 대한 연구 등이 필요하다.

주제어 : 대학도서관, 도서관마케팅, COVID-19, 뉴노멀시대, 가치마케팅, 공간마케팅, 블루오션 마케팅

Abstract The purpose of this study is to suggest library marketing strategies for Korean academic libraries to provide sustainable services at COVID-19 pandemic situation. For this purpose, development plans of academic libraries in Korea were collected and homepages of academic libraries in and out of Korea were analyzed. This study found that academic libraries in and out of Korea had taken various measures to meet disastrous situation and had kept up services for users to make use of collection, facilities, services and programs of libraries without being disconnected. As a conclusion, this study suggests reinforcement of basics and value marketing, space marketing, blue ocean marketing as library marketing strategies for providing sustainable services. This study can be used as a reference for academic libraries and librarians to sustain or extend library services. The marketing strategies suggested in this paper can be helpful for academic libraries to overcome pandemic crisis in Korea. As follow-up studies, an in-depth case study about academic libraries which develop and activate new services and programs in and out of Korea to face COVID-19, a study on developing in-depth strategies of various library marketing to stabilize library services are needed.

Key Words : Academic Library, Library Marketing, COVID-19, New Normal Age, Value Marketing, Space Marketing, Blue Ocean Marketing

\*이 논문은 2018년도 부산대학교 인문사회연구기금의 지원을 받아 연구되었음

(This study was supported by the Fund for Humanities & Social Studies at Pusan National University 2018).

\*Corresponding Author : Yong-Jae Lee (lyj5384@pusan.ac.kr)

Received December 29, 2021

Revised January 19, 2022

Accepted February 20, 2022

Published February 28, 2022

## 1. 서론

대학은 학문의 광장이자 각 분야의 전문 인력과 지식 인을 양성하는 교육의 요람이다. 대학도서관은 이러한 대학의 연구와 교육 활동을 지원하는 중핵 기관이며 대학의 기본시설이다. 대학도서관은 대학의 사명과 비전에 맞추어 도서관의 사명과 비전을 수립하고, 대학 구성원을 위하여 쾌적한 이용환경과 서비스를 제공한다. 선진국의 경우, 대학도서관이 자신의 역할을 원활하게 수행하기 위하여 다양한 도서관마케팅을 펼친다. COVID-19 상황에서 국내외 대학도서관은 시설 이용 및 이용자 서비스에서 어려움을 겪고 있다. 이 연구의 목적은 뉴노멀시대에 서 국내 대학도서관이 지속가능한 서비스를 제공하고 발전하기 위한 도서관마케팅 전략을 제시하는 것이다. 이를 위해 이 연구는 문헌연구와 사례조사를 수행하였다. 사례 조사 대상으로 2021년 QS 세계 대학평가 및 중앙일보 대학평가의 상위 20위 대학의 도서관들을 선정하였다. 조사대상 도서관의 홈페이지 분석을 통하여 팬데믹 상황에서의 서비스 사례를 살펴보았으며, 국내 대학도서관의 경우 홈페이지 분석 외에 도서관 발전계획 문서를 수집하여 분석하였다.

## 2. 선행연구

### 2.1 외국 연구

마케팅분야 대표적 이론가인 Philip Kotler(1996)는 비영리조직을 위한 전략적 마케팅 개념을 제시하는 책에서 '마케팅 경영'을 "개인이나 조직의 목표를 충족하기 위해 표적 집단과 호혜적인 교환 관계를 창출하고 조성하고 유지하기 위해 설계된 계획 및 실행 과정"이라고 정의하였다[1]. 이러한 경영학에서의 마케팅 개념은 '도서관마케팅'의 개념 정립에도 영향을 미쳤다. Kathy Dempsey(2009)는 의사소통, 상황분석, 통계 활용, 마케팅 요소, 증거기반 의사결정, 마케팅 과정, 마케팅계획 작성 등 도서관마케팅을 펼치는 실용적인 방안을 제시하였다[2]. Darlene Weingand(2001)은 도서관경영에 마케팅 개념을 도입하면서 도서관제품, 가격 결정, 우선순위 설정, 서비스 수준 등에 대한 개념을 제시하였다[3]. Luise Weiss, Sophia Serils-Mcphillips, Elizabeth Malafi(2011)는 뉴욕 미들컨트리공공도서관에서 비즈니스사서로 일하면서 지역주민의 일을 돕는 도서관의 역할을 조명하고 각론으로 도서관마케팅, 지역사회 협력 등을

제시하였다[4]. Leo F. H. Ma(2020)는 코로나19 상황에서 사례 대학도서관이 제공하는 서비스를 조명하고 이러한 상황이 대학도서관의 핵심 역할과 가치를 다시 생각하게 하는 기회를 준다고 하였다[5].

### 2.2 국내 연구

노영희(2008)는 '도서관마케팅'을 "이용자만족의 극대화를 위해 이용자집단분석 및 요구분석을 하고, 그에 부응하는 도서관 상품 및 서비스를 개발하며, 이를 적극적으로 고객집단에게 알리는 일련의 계획된 활동"으로 정의하였다[6]. 김영기(2010)는 대학도서관의 전략적 발전 계획 수립에 대해 연구하고 도서관마케팅의 강화를 강조하였다[7]. 김영석(2014)은 문헌정보학의 도서관경영 분야 교육에 대해 살펴보고, 도서관경영 교육이 현장의 요구를 충분히 반영하지 못하고 있음을 지적하고 도서관마케팅 교육의 중요성을 강조하였다[8]. 이용재(2017)는 국내외 대학도서관의 발전계획과 전략적 계획을 비교하고 국내 대학도서관을 위한 발전계획 개선 방안을 제시하였다[9]. 노효진·장우권(2019)은 대학도서관 이용자의 공동체식이 이용자 만족도 및 충성도에 미치는 영향을 연구하였다[10]. 이용재·이지옥(2019)은 학생들의 수강·학습 활동을 지원하는 대학도서관의 역할 강화 방안을 탐구하였다[11]. 이용재(2021)는 '도서관마케팅'을 "도서관의 가치와 사명을 고객과 소통하기 위하여 도서관경영 전반에서 도서관 제품 및 서비스의 개발·적용·홍보·배포를 계획하고 실행하는 과정"으로 정의하였다[12]. 이지옥·이용재(2021)는 코로나19 상황에서 국내 대학도서관의 서비스 현황을 살펴보고, 대학도서관의 지속가능한 서비스 방안을 제시하였다[13]. 이 외에도 대학도서관 공간마케팅 연구[14], 대학도서관 관련 통계 분석[15], 소셜 미디어 이용자의 기대가치 구성 요인[16] 등이 있다.

## 3. 팬데믹시대 대학도서관 서비스

### 3.1 외국 대학도서관 서비스

COVID19의 지구촌 확산에 대응하여 외국 대학도서관은 다양한 방법과 경로로 지속적인 서비스를 제공하고 있다. Table 1은 해외 대학도서관이 팬데믹 사태에 대응하여 펼치는 서비스 사례이다. 조사대상은 2021년 QS 세계 대학평가 상위 20위 대학의 도서관들이다.

Table 1. Academic Library Services Overseas during COVID-19 pandemic(2021 QS World University Ranking 1<sup>st</sup>-20<sup>th</sup> Universities)

University	Library Services during COVID-19 pandemic
MIT	providing expanded and free resources, search platform & tools for ongoing accesses to e-resources for remote teaching, learning, research
Stanford University	digitization services for course reserves and materials across the library collections
Harvard University	expanding online access to information, enhancing services for virtual teaching, learning and research(e.g. using 3D content), establishing safe workflows for print collections,
Caltech	providing virtual reference services, mediated 3D printing services, electronic access
University of Oxford	providing scan and deliver service from book storage facility to external readers with Bodleian reader cards, providing vast open materials for free download through the pandemic
ETH Zurich	offering numerous digital services and free delivery of media. Library pays open access fees for Covid-19 pandemic related articles,
University of Cambridge	Scan & Deliver service, Virtual Reading Room to get help of curators on phone or video call, Click & Collect to order selected books through a webform, building Covid-19 collection.
Imperial College London	providing iPads and laptops loans, providing Covid-19 latest updates information
University of Chicago	launching Covid-19 archive, providing information resources about Covid-19 outbreak
UCL	Digital UCL for using e-media at home and digital library services plus search tips
National University of Singapore	providing virtual support like Search and access, Digital Gems, ScholarBank@NUS, Open Educational Resources, library guides, Resource librarians via Zoom
Princeton University	support users' research, teaching and learning remotely like Chat, use remote access, article express, find subject librarian, virtual events.
Nanyang Technological University	providing E-offerings like recommending e-books, digital repository, online workshops and communications, launching communication campaign, extending loans.
EPFL	providing remote access to online collections, on-demand digitization, online theses access
Tsinghua University	providing e-book, e-newspapers, online music, database/e-journal, online learning tools
UPenn	providing virtual support page to access digital content, collaborate with research partners, and consult with librarians
Yale University	providing essential library research skills, access to resources like research consultations with subject specialist librarians by email
Cornell University	providing Covid-19 library updates, virtual reference service, a guide to help faculty
Columbia University	providing prompt assistance with questions through Ask A Librarian, book pick-up and scanning
University of Edinburgh	providing library support for self-isolating students like using library for online learning, a beginner's guide to search collections, self-enrol learn course.

MIT 도서관은 팬데믹 상황에서 주요 출판사와 디지털 플랫폼과 협력하여 대학의 원격 강의, 학습, 연구를 위한 확장된 무료 정보자원을 제공한다. 스탠포드대 도서관은 강의자료 실무팀을 결성하여 지정자료의 디지털화를 협의하고 디지털 지정자료를 교수·강사에게 전달하고 있다. 하

버드대 도서관은 3D 콘텐츠 제공과 같은 가상 강의·학습·연구 서비스를 강화하였다. 옥스퍼드대 도서관은 소장 자료를 스캔하고 전달하는 서비스를 확대하고 막대한 공개 자료를 제공한다. 케임브리지대 도서관은 전화 또는 화상 전화로 큐레이터의 도움을 받을 수 있는 가상열람실을 제공하고 코로나19관련 일상의 기록을 수집·보존하였다. 시카고대 도서관은 코로나19 발생에 대한 정보를 제공하고 Covid-19 기록 수집을 시작하였다. 국립싱가포르대 도서관은 검색·접근, 공개 교육자원, 도서관 안내, 사서의 도움 등 온라인·가상 지원을 제공한다. 프린스턴대 도서관은 채팅을 통한 이용자의 원격 연구·교육·학습 활동을 지원하고, 주제전문사서 찾기 기능을 강화하고, 가상 이벤트를 늘렸다. 칭화대 도서관은 전자책, 전자신문, 온라인 음악, 전자저널, 온라인 학습도구의 제공을 강화하였다. 펜실베니아대 도서관은 디지털 정보자원에 대한 접근, 연구 파트너들과의 협업을 지원하고 사서와의 상담이 가능한 웹페이지를 제공한다. 예일대 도서관은 이용자가 이메일로 주제전문사서와 연구상담을 할 수 있도록 하고 정보자원에 대한 접근을 돕고 연구·검색 기법을 제공한다. 코넬대 도서관은 코로나19 관련 정보를 제공하고 가상 정보서비스를 시행한다. 에딘버러대 도서관은 자가격리된 학생들을 돕기 위하여 온라인 학습, 초보자용 자료검색 안내, 독학 코스 제공 등과 같은 서비스를 제공한다.

이처럼 해외 대학도서관은 전자저널 및 전자정보원 제공, 원격 강의·학습·연구 지원 강화, 주제전문사서 및 큐레이터의 상담 지원, 코로나19 기록 구축, 자가격리된 학생 지원 등 다양한 대책과 서비스를 제공하고 있다.

### 3.2 국내 대학도서관 서비스

국내 대학도서관들도 코로나19사태에 대응하여 다양한 대책을 강구하고 있다. Table 2는 국내 대학도서관의 서비스 사례들이다. 조사 대상은 2021년 중앙일보 대학평가 상위 20위 대학의 도서관들이다.

서울대 도서관은 비대면 강의 지원을 위하여 전자책 강의교재 구입을 확대하고, 서울대 연구자들이 생산한 연구업적물을 체계적으로 수집하여 S-Space에 업로드하고 서비스하고 있다. 연세대 도서관은 2020년도에 교육 체제를 온라인으로 전면 전환하고 대학원생 연구역량 강화를 위하여 연구수행 전체 과정을 지원하는 워크숍을 개설하였다. 성균관대 도서관은 영상세대의 미디어 창작을 지원하는 미디어랩을 구축하고, 전시회·독서리뷰 쓰기 와 같은 지식교류가 가능한 러닝커먼스를 운영하고, 협업을 통한 창의융합과 학습 지원을 위한 복합공간을 확

Table 2. Academic Library Services in Korea during COVID-19 pandemic(2021 JoongAng Ilbo University Ranking 1<sup>st</sup>-20<sup>th</sup> Universities)

University	Library Services during COVID-19 pandemic
SNU	support for untact class, expansion of e-book acquisition for class textbook, Tablet PC rent service for students
YSU	providing workshops to support research capability of graduate students and information literacy video for undergraduate, smart circulation system for book-return
HYU (Seoul)	expanding untact services, installing automatic unmanned loan machine, providing online education
SKKU	improving/redesigning spaces like Lab Space, Media Lap, Self studio, Creative community Zone, Learning Commons, Library Robot Cafe for students' cooperation
Korea University	reinforcement of untact services; e-book, magazine DB, Scholarly Information Curation Service, online contents; providing healing space for users under pandemic.
Ewha	expanding e-Reserve, supporting remote learning, building smart learning environment, Operating Creative Learning Room, supporting video online education
KHU	building smart library service environment, providing book disinfection service and untact reservation loan service, reinforcement of user communication
CAU	providing Book walk-through lending system, smart library service based on RFID, Online scholarly information literacy program, dCollection
DU	Building original text of digital contents, disinfecting returned books, expanding e-books
HYU (erica)	supporting untact class, acquisition of overseas e-books via on-demand/evidence based platform, providing domestic e-book service that allows unlimited use
Konkuk University	providing untact scholarly information literacy program and reading/culture program, securing SNS channels and promoting library PR video through the channels.
UOS	expanding academic e-materials to support courses, creating healing garden, operation of central library to prevent Covid-19 infection
AJU	additional purchase of e-books for class textbooks, enforcement of electronic information services, planning space for AI based media center
SGU	operating academic information support center for problem solving, activation of untact user education
PNU	expansion of providing e-materials; providing information about e-materials for untact users; improving new normal space(smart-based learning commons); providing untact book loan application service
IHU	providing Research Help that is a webpage for customized for users by subject; book delivery service & copy mail service; E-book review contest
Seoultech	Building untact Book Circulation Zone; operating untact user education & on/off reading/culture program
HUFS	Increasing the proportion of e-materials; expansion of creative learning space by type; utilization of makerspace through collaboration with Entrepreneurship Center
KNU	expansion of smart system service; improving remote access of mobile smart devices to electron resources
JBNU	providing online events; developing research support service; activating online education for librarians

대한다. 동국대 도서관은 도서 소독기를 구비하고 반납 도서 소독을 시행하였다. 건국대 도서관은 학술정보교육 및 독서·문화프로그램을 비대면으로 제공하고 소셜네트 워크서비스 창구를 확보하여 도서관 소개 영상을 제공한다. 서울시립대 도서관은 비대면 수업 지원을 위하여 다

양한 매체의 전자자료, 국내의 오픈 액세스 학술자료, 디지털 콘텐츠를 제공한다. 아주대 도서관은 전자책 및 전자정보 서비스를 확충하고 AI기반 미디어센터 구축을 위한 공간 계획을 수립하였다. 서강대 도서관은 이용자 요구에 대한 적극적인 대응을 위해 '문제해결을 위한 학술정보지원센터'의 운영을 활성화하고 비대면 이용자 교육 및 홍보를 강화한다. 부산대 도서관은 전자자료를 확충하고 비대면 이용자를 위하여 전자자료 정보를 제공하고 홍보하며, 스마트기반 러닝커먼스 공간을 구축하는 등 뉴노멀시대에 맞는 공간을 구성하고 있다. 인하대 도서관은 주제별 맞춤형 웹페이지를 구성하여 교육·연구·학습 활동을 지원하고 전자책 후기 공모전 등 비대면 프로그램을 시행한다. 서울과학기술대 도서관은 도서 대출·반납 구역을 설치하고, 비대면 이용자교육과 온·오프 독서·문화프로그램을 운영한다. 한국외국어대 도서관은 유형별 창의학습공간을 확충하고 창업교육센터와의 협업을 통한 메이커스페이스 공간 활용을 추진한다. 경북대 도서관은 교내 타 기관 서비스와의 연계를 통한 정보자원 접근성 향상, 전자정보원의 모바일 스마트기기 원격접근성 향상 등 스마트시스템 서비스를 확대한다. 전북대 도서관은 온라인 이벤트를 제공하고 사서 역량 강화를 위하여 비대면 온라인 전문 교육 및 사서 커뮤니티를 활성화한다.

이처럼 국내 대학도서관은 전자자료 및 전자정보원 확충, 비대면 강의 지원, 온라인 정보활용교육 및 연구지원 서비스 강화, 창의융합·학습 지원을 위한 복합공간 구성, 온·오프 독서·문화 프로그램 운영, SNS 등 다양한 채널을 통한 도서관홍보 강화 등을 통하여 팬데믹 사태에 대응하여 서비스를 지속하고 도서관의 기반과 역량을 강화하는 보완책을 마련하고 있다.

#### 4. 지속가능한 서비스를 위한 도서관마케팅 전략

이 장에서는 뉴노멀시대에서 지속가능한 서비스와 도서관의 발전을 위한 도서관마케팅 전략을 제시하였다.

##### 4.1 기본의 강화와 가치마케팅 전략

COVID19 상황에서 이용자가 도서관에서 멀어지는 위협요인에 대해 국내외 대학도서관은 기본장서를 확충하는 방식으로 대처하고 있다. 즉, 강의지원을 위한 전자

책 및 전자정보원 제공, 대학에서 생산된 연구물과 지식으로 구축된 기관리포지터리의 운영, 주제별 핵심 콘텐츠 구축, 전세계 도서관정보네트워크를 통한 자료 제공 등으로 기본장서 및 콘텐츠를 강화하고 있다. 이러한 전략은 가치마케팅으로 이어진다. 이것은 대학의 학문 활동을 지원하는 기본시설이자 핵심기관이라는 도서관이 가진 가치를 강조하고, 도서관의 가치와 사명을 도서관 대내외에 천명하는 것이다. 대학도서관의 기본장서, 온라인 콘텐츠, 교육매체, Open Access 정보자원 등을 통일된 질서로 조직하고 다양한 방식으로 안내하고, 이에 대해 이용자들이 다채널로 접근할 수 있도록 한다.

#### 4.2 공간마케팅 전략

뉴노멀시대에서 대학도서관이 대학 구성원의 지속적인 연구·학습·수업 활동을 지원하기 위한 공간마케팅 전략을 수립할 필요가 있다. 구체적인 방안으로 집단열람 및 공동학습공간을 활용하여 오픈 스페이스로서 이용자들이 협업, 토론, 세미나, 힐링 등을 할 수 있는 창의·협력적 공간을 구축하는 것이다. 예를 들면 디지털기기, 실감 미디어, 스마트러닝 등을 활용하여 이용자들이 상호작용할 수 있는 공간, 이용자들이 각자 작업하거나 협업하는 메이커스페이스, 증강·가상현실을 체험할 수 있는 공간, 휴식 또는 힐링할 수 있는 자연친화적인 실제 공간 또는 가상공간 등이다. 이것은 현실 공간에 대한 이용도를 증진하면서, 현실공간의 이용을 보완하는 공간으로서 가상공간을 활용하게 하는 전략이다. 또한 도서관에서 대학의 화상강의를 들을 수 있도록 하고, 현실공간과 가상공간을 통하여 이용자들이 다양한 독서·문화·학습체험을 할 수 있도록 지원하는 전략이다.

#### 4.3 블루오션 마케팅 전략

COVID-19 상황에 직면한 대학도서관에서 많은 대면 서비스·프로그램이 온라인방식으로 대체되거나 새로운 비대면 방식이 도입되었다. 즉, 가상 정보서비스, 언택트 독서·문화 프로그램, 온라인 지정도서 시스템, 예약도서 대출제, 스마트도서관 등이다. 향후 이러한 비대면 서비스는 다양하게 발전하거나 변화될 것으로 보인다. 예컨대, 캠퍼스 전역에서 책을 반납할 수 있게 하고, 메타버스를 이용하여 사서의 아바타와 이용자의 아바타가 가상공간에서 만나 정보서비스 및 도서관 콘텐츠를 이용할 수 있도록 하는 것이다. 이에 대학도서관은 블루오션 마케팅 전략을 수립할 필요가 있다. 가치의 창출을 통하여 새로

운 시장을 개척하는 전략인 블루오션 전략은 대학도서관과 같은 비영리기관의 경영에서 더욱 효과적인 전략이 될 수 있다[17]. 구체적인 블루오션 전략으로는 대학도서관이 종전에는 주목하지 못했던 영역·고객·가치를 발견하고 서비스를 확대하는 것, 도서관 운영의 큰 그림을 그리는 것, 도서관을 찾지 않거나 서비스를 인지하지 못한 비고객을 찾는 것 등이 있다. 국내 대학도서관은 이용자의 비대면 및 사이버공간에서의 새로운 정보추구행태를 참고하고 다양한 방식으로 기존의 이용자와 새로운 이용자에게 다가갈 필요가 있다. 이를 위해 도서관의 지식자원의 재정비 및 세계정보망 연결, 실물장서가 가지는 힘과 미감을 이용자의 아날로그 및 디지털 체험으로 연결, 사서의 전문성 및 정보서비스 강화를 통한 이용자 지원 강화, 독서치료 프로그램 및 힐링 기능 강화, 도서관과 타 기관과의 협업을 통한 교육콘텐츠 제공 및 공유 등으로 도서관의 블루오션을 발견하고 나아갈 수 있다.

### 5. 결론

연구의 결과, 팬데믹 2년이 지나는 현 상황에서 국내외 대학도서관들은 대학의 학습·연구 지원이라는 도서관의 역할을 강화하기 위하여 다양한 대책을 강구하고 서비스를 지속하고 있음을 발견하였다. 이 연구는 뉴노멀시대 대학도서관의 지속가능한 서비스 제공과 도서관 발전을 위한 도서관마케팅 전략으로 기본의 강화와 가치마케팅 전략, 공간마케팅 전략, 블루오션 마케팅 전략을 제시하였다. 이 연구의 의의는 국내 대학도서관이 팬데믹 상황에서 서비스를 지속하고 발전하기 위한 도서관마케팅 전략을 제시하였다는 점이다. 후속연구로 뉴노멀시대 국내외 대학도서관의 서비스 및 프로그램 사례에 대한 심층 분석, 대학도서관의 발전과 서비스 안정을 위한 주제별 도서관마케팅 심화 전략 개발에 대한 연구 등이 필요하다.

### ACKNOWLEDGMENTS

This study was supported by the Fund for Humanities & Social Studies at Pusan National University 2018.

## REFERENCES

- [1] P. Kotler & A. R. Andreasen. (1996). *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations*, 5<sup>th</sup> ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- [2] K. Dempsey. (2009). *The Accidental Library Marketer*. Medford, N.J.: Information Today.
- [3] D. E. Weingand. (2001). *Administration of the Small Public Library*, 4<sup>th</sup> ed. Chicago and London: American Library Association.
- [4] L. Weiss, S. M. Sophia & M. Elizabeth. (2011) *Small Business and the Public Library*. Chicago: American Library Association.
- [5] Leo F. H. Ma. (2020). "Academic Library Services during COVID-19: The Experience of CUHK Library." *International Information & Library Review*, 52(4), 321-324.
- [6] Y. H. Noh. (2008). A Study on How to Foster Marketing Librarians. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 39(1), 169-194.
- [7] Y. K. Kim. (2010). A Study on the Development Strategy of Academic Library: Focus on the 'A' National University Library. *The Journal of Humanities*, 15(2), 115-137.
- [8] Y. S. Kim (2014). A Study on the Education of Library Management in Library and Information Science. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 45(1), 173-196.
- [9] Y. J. Lee. (2017). A Comparative Study on Development Plans and Strategic Plans of Academic Libraries in Korea and Overseas. *Journal of Digital Convergence*, 15(11), 61-66.
- [10] H. J. Roh & W. K. Chang (2019). A Study on the Effect of University Library User's Sense of Community on User Satisfaction and Loyalty. *Journal of the Korean Society for Information Management*, 36(1), 137-168.
- [11] Y. J. Lee & J. W. Lee. (2019). A Study on the Roles of Academic Library for Supporting Class and Learning Activities in Korea. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 50(4), 359-379.
- [12] Y. J. Lee. (2021). *Library Management Strategies and Marketing*. Seoul: Chungram.
- [13] J. W. Lee & Y. J. Lee (2021). A Study on the Sustainable Academic Library Services in the New Normal Age. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 52(2), 357-377.
- [14] Y. J. Lee, K. S. Park & B. I. Kim. (2012). A Study on Spatial Composition of University Library - Focused on P University Library. *Journal of the Korean Bibliography Society for Library and Information Science*, 23(2), 133-150.
- [15] Y. S. Kim et al. (2019). *2019 Statistical Analysis of University Libraries*. Daegu: Korea Education and Research Information Service.
- [16] C. H. Kim. (2018). Study on the Components of Social Media Users' Value Expectation. *Journal of Digital Convergence*, 16(12), 579-591.
- [17] Yong-Jae Lee. (2021). op.cit., p.285.

이 용 재 (Lee, Yong-Jae)

[중산회원]

· 1988년 2월 : 서울대학교 불어불문학  
과(문학사)· 2001년 8월 : 부산대학교 문헌정보학  
과(문헌정보학 박사)· 2003년 3월 ~ 현재 : 부산대학교 문헌  
정보학 교수

· 관심분야 : 도서관경영, 도서관사상

· E-Mail : lyj5384@pusan.ac.kr