

Установа адукацыі
“Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў”
Інстытут павышэння кваліфікацыі і перападрыхтоўкі кадраў



ВУЧЭБНАЯ ПРАГРАМА ПА ДЫСЦЫПЛІНЕ
БІБЛІЯТЭЧНА-ІНФАРМАЦЫЙНЫ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТЫНГ

спецыяльнасці перападрыхтоўкі
2-23 02 71 Бібліятэказнаўства і бібліяграфія,
кваліфікацыя: бібліятэкар-бібліёграф,
у адпаведнасці з тыпавым вучэбным планам перападрыхтоўкі,
зацверджаным пастановай Міністэрства адукацыі Рэспублікі Беларусь
ад 28.09.2020 № 260, рэг. № 25-13/126

Распрацоўшчык праграмы:

Н.Ю. Бязозкіна, дацэнт кафедры культуралогіі і псіхалага-педагагічных дысцыплін Інстытута павышэння кваліфікацыі і перападрыхтоўкі кадраў установы адукацыі “Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў”, кандыдат гістарычных навук, дацэнт, заслужаны дзеяч культуры Рэспублікі Беларусь

Рэкамендавана да зацвярджэння:

кафедрай культуралогіі і псіхалага-педагагічных дысцыплін Інстытута павышэння кваліфікацыі і перападрыхтоўкі кадраў установы адукацыі “Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў”

Праатакол пасяджэння ад 07.06.2022 № 33

Саветам Інстытута павышэння кваліфікацыі і перападрыхтоўкі кадраў установы адукацыі “Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў”

Праатакол пасяджэння ад 14.06.2022 № 6

Навукова-метадычным саветам установы адукацыі “Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў”

Праатакол пасяджэння ад 15.06.2022 № 5

УВОДЗІНЫ

Вучэбная праграма па дысцыпліне “Бібліятэчна-інфармацыйны менеджмент і маркетынг” складзена ў адпаведнасці з адукацыйным стандартам перападрыхтоўкі кіруючых работнікаў і спецыялістаў па спецыяльнасці 2-23 02 71 “Бібліятэказнаўства і бібліяграфія”, зацверджаным пастановай Міністэрства адукацыі Рэспублікі Беларусь ад 28.09.2020 № 259.

Для вывучэння дысцыпліны “Бібліятэчна-інфармацыйны менеджмент і маркетынг” прадугледжаны 52 вучэбныя гадзіны, якія ўключаюць 28 вучэбных гадзін аўдыторных заняткаў (з іх 20 вучэбных гадзін – лекцыі, 4 вучэбныя гадзіны – практычныя заняткі, 2 вучэбныя гадзіны – круглы стол, 2 вучэбныя гадзіны – дзелавая гульня); 24 вучэбныя гадзіны – самастойная работа слухачоў.

Дысцыпліна “Бібліятэчна-інфармацыйны менеджмент і маркетынг” адносіцца да кампанента тыпавога вучэбнага плана “Дысцыпліны спецыяльнасці” і з’яўляецца лагічным завяршэннем цыкла спецыяльных бібліятэказнаўчых дысцыплін. Выкладанне дысцыпліны спалучаецца з ведамі і ўменнямі, набытымі слухачамі пры вывучэнні агульнапрафесійных і спецыяльных дысцыплін “Бібліятэказнаўства”, “Бібліятэчна-інфармацыйнае абслугоўванне карыстальнікаў”.

Актуальнасць вучэбнай праграмы абумоўлена зацвярджэннем новага адукацыйнага стандарта і неабходнасцю аднаўлення зместу дысцыпліны “Бібліятэчна-інфармацыйны менеджмент і маркетынг”.

Мэта праграмы: падрыхтоўка спецыялістаў у галіне арганізацыі менеджменту і маркетынгу бібліятэчна-інфармацыйнай дзейнасці.

Задачы праграмы:

азнаёміць з асноўнымі паняццямі менеджменту і маркетынгу;

навучыць спецыяльным ведам, уменням у галіне тэорыі і практыкі менеджменту і маркетынгу бібліятэчна-інфармацыйнай дзейнасці;

раскрыць асноўныя кірункі, магчымасці і перспектывы развіцця менеджменту і маркетынгу бібліятэчна-інфармацыйнай дзейнасці;

засвоіць веды у сферы арганізацыі і навацыйнай дзейнасці бібліятэкі.

Метады навучання: метады тэхналогій актыўнага навучання, інтэрактыўнага навучання (вучэбныя дыскусіі, дэбаты, дзелавыя гульні, метады аналізу канкрэтных сітуацый, мазгавы штурм), праектнага навучання, наглядныя метады і інш.

Сродкі навучання: друкаваныя выданні, мультымедыйныя і камп’ютарныя сродкі навучання (слайды, прэзентацыі).

Форма атрымання адукацыі: завочная.

Формы вучэбных заняткаў: лекцыі, практычныя заняткі, круглы стол, дзелавая гульня.

Асноўныя патрабаванні да вынікаў вучэбнай дзейнасці слухачоў

У выніку асваення дысцыпліны ў слухача павінны быць сфарміраваны сацыяльна-асабовыя, акадэмічныя і прафесійныя кампетэнцыі.

Патрабаванні да фарміравання сацыяльна-асабовых кампетэнцый.

Слухач павінен:

ведаць ідэалогію беларускай дзяржавы, яе грамадскае прызначэнне, маральныя і прававыя нормы, умець улічваць іх у сваёй прафесійнай дзейнасці;

умець арыентавацца ў працэсах і тэндэнцыях развіцця сучаснага грамадства;

умець выкладаць і адстойваць каштоўнасці, ідэі, прадстаўлення, якія складаюць аснову арганізацыі і дзейнасці беларускага грамадства і дзяржавы, валодаць якасцямі грамадзянскасці.

Патрабаванні да фарміравання сацыяльна-асабовых кампетэнцый.

Слухач павінен:

ведаць дакументазнаўчую тэрміналогію;

ведаць асноўныя паняцці бібліятэчна-інфармацыйнага менеджменту і маркетынгу;

ведаць прынцыпы і метады бібліятэчна-інфармацыйнага менеджменту і выкарыстоўваць іх у прафесійнай дзейнасці;

ведаць патрабаванні прававога забеспячэння дзейнасці бібліятэкі;

Патрабаванні да фарміравання прафесійных кампетэнцый.

Слухач павінен:

ведаць асноўныя функцыі кіравання структурнымі падраздзяленнямі бібліятэкі;

ведаць арганізацыю і структуру кіравання бібліятэкай;

ведаць парадак планавання, справаздачнасці і кантролю бібліятэчна-інфармацыйнай дзейнасці;

ведаць асновы кіравання інавацыйным працэсам ў бібліятэцы;

ведаць сутнасць, прынцыпы, функцыі і асноўныя кірункі маркетынгавай дзейнасці бібліятэкі;

ведаць тэхналогію рэкламнай дзейнасці бібліятэкі і рэкламавання яе інфармацыйных рэсурсаў і паслуг;

ведаць асноўныя кірункі фарміравання іміджу бібліятэкі, усталявання сувязей з грамадскасцю;

умець ажыццяўляць улік і справаздачнасць бібліятэчна-інфармацыйнай дзейнасці;

умець распрацоўваць інавацыйныя праекты і праграмы развіцця бібліятэчна-інфармацыйнай дзейнасці.

У змест вучэбнай праграмы ўключаны матэрыялы для аўдыторнай работы з прымяненнем актыўных форм навучання і заданні для самастойнай работы.

Кантроль самастойнай работы слухачоў ажыццяўляецца падчас вучэбных заняткаў і бягучай атэстацыі. Пытанні і заданні для самастойнай работы ўключаны ў матэрыялы для бягучай атэстацыі.

ЗМЕСТ ПРАГРАМЫ

Раздзел 1 Бібліятэчна-інфармацыйны менеджмент: арганізацыя, тэхналогія і рэалізацыя

Тэма 1.1 Эвалюцыя менеджменту і яго сутнасць (2 гадзіны, лекцыя)

Характарыстыка асноўных этапаў эвалюцыі менеджменту. Канцэпцыі і школы менеджменту. Развіццё школ кіраўнічай думкі. Школа навуковага кіравання. Прынцыпы Ф. Тэйлара. Адміністрацыйная (класічная) школа. Школа чалавечых адносін. Тэорыя А. Маслоу. Школа навук аб паводзінах. Тэорыя Д. Макгрэгара. Колькасны падыход як школа менеджменту. Працэсны, сістэмны і сітуацыйны падыходы да кіравання арганізацыяй.

Тэма 1.2 Асноўныя паняцці і катэгорыі бібліятэчнага менеджменту (2 гадзіны, лекцыя)

Фарміраванне канцэпцыі бібліятэчнага менеджменту. Менеджмент як сучасная сістэма кіравання бібліятэкай. Вызначэнне паняццяў “бібліятэчны менеджмент” і “кіраванне бібліятэкай”. Аб’ект і прадмет бібліятэчнага менеджменту.

Асноўныя прынцыпы менеджменту: навуковасць, сістэмнасць, аптымальнае спалучэнне цэнтралізацыі і дэцэнтралізацыі, зваротная сувязь. Арганізацыйныя прынцыпы менеджменту: адзінаначалле, калегіяльнасць, дэлегіраванне паўнамоцтваў, рацыянальнасць сістэмы кіравання.

Функцыі менеджменту: планаванне, рэгуляванне, арганізацыя, каардынацыя, матывацыя (стымуляванне), улік, кантроль і інш.

Асноўныя метады кіравання: адміністрацыйныя, эканамічныя, сацыяльна-псіхалагічныя.

Тэма 1.3 Арганізацыя кіравання бібліятэкай (6 гадзін, з іх: 2 гадзіны – лекцыя, 4 гадзіны – самастойная работа)

Кіраванне бібліятэкай як дзейнасць па забеспячэнні яе функцыянавання. Аб’екты і суб’екты кіравання. Мэты, прынцыпы і функцыі кіравання. Структура кіравання бібліятэкай. Іерархічныя структуры кіравання: лінейная, лінейна-функцыянальная, лінейна-штабная, дывізіённая. Арганічныя (адаптыўныя) структуры кіравання. Праграма-мэтавае кіраванне. Камандны менеджмент. Інавацыйныя структуры кіравання.

Бібліятэка як арганізацыя. Агульныя характарыстыкі арганізацыі. Кіруючая праца ў бібліятэцы. Катэгорыі кіруючага персаналу. Роля кіраўніка ў сістэме менеджменту бібліятэкі.

Асноўныя стылі кіравання бібліятэчным калектывам: дырэктыўны (аўтакратычны), дэмакратычны, ліберальны. Тэорыя калектыўнага кіравання.

Правое забеспячэнне дзейнасці бібліятэкі. Дакументацыйнае забеспячэнне кіравання бібліятэкай. Сістэмы дакументацыі (арганізацыйна-

прававая, планавая, распарадчая, даведачна-інфармацыйная і даведачна-аналітычная, справаздачная).

Тэма 1.4 Інавацыйна-метадычная дзейнасць бібліятэк (10 гадзін, з іх: 2 гадзіны – дзелавая гульня, 8 гадзін – самастойная работа)

Асноўныя падыходы да вызначэння паняцця “інавацыя”. Тэрміналагічная сістэма бібліятэчнай інаватыкі. Сутнасць і класіфікацыя новаўвядзенняў. Тэхналагічныя, прадуктныя, арганізацыйныя і сацыяльна-псіхалагічныя фактары інавацыйнага працэсу.

Інавацыйна-метадычная дзейнасць бібліятэк: мэты і задачы. Кіраванне новаўвядзеннямі ў бібліятэцы. Стварэнне інавацыйнага клімату ў бібліятэцы. Роля метадычнай дзейнасці ў кіраванні інавацыйнымі працэсамі. Асноўныя этапы інавацыйнага працэсу ў бібліятэцы. Віды бібліятэчных інавацый. Распрацоўка інавацыйных праектаў.

Тэма 1.5 Бібліятэчныя тэхналогіі (2 гадзіны, лекцыя)

Бібліятэка як аб’ект тэхналагічнага менеджменту. Кіраванне бібліятэчнай тэхналогіяй. Тэхналагічныя службы бібліятэк, мэты, задачы, арганізацыя дзейнасці.

Бібліятэчныя тэхналогіі, значэнне, сутнасць, патрабаванні. Унутраныя і знешнія фактары, якія ўплываюць на выбар тэхналогіі. Класіфікацыя тэхналогій.

Асноўныя цыклы бібліятэчнай тэхналогіі. Працэсы і аперацыі як частка бібліятэчнай тэхналогіі. Асноўныя працэсы бібліятэчнай дзейнасці (вытворчыя, працэсы забеспячэння дзейнасці бібліятэкі, навукова-даследчыя, кіраўнічыя), іх характарыстыка. Патрабаванні да бібліятэчнай тэхналогіі.

Методыка распрацоўкі і выкарыстання тэхналагічных карт і блок-схем.

Удасканаленне бібліятэчных працэсаў. Традыцыйныя і камп’ютарныя тэхналогіі. Аптымізацыя бібліятэчных працэсаў з выкарыстаннем RFID-тэхналогій.

Арганізацыйна-тэхналагічная дакументацыя бібліятэкі.

Ацэнка эфектыўнасці бібліятэчнай тэхналогіі.

Тэма 1.6 Нарміраванне працы і выкарыстанне норм у рабоце бібліятэкі (2 гадзіны, лекцыя)

Нарміраванне працы. Асноўныя задачы нарміравання працы ў бібліятэцы. Класіфікацыя затрат працоўнага часу. Нарміраванне бібліятэчных працэсаў, значэнне, асаблівасці. Нарміраванне бібліятэчных працэсаў як фактар кіравання працоўнымі рэсурсамі.

Нормы працы і іх класіфікацыя. Віды норм. Нормы часу і нормы выпрацоўкі. Мясцовыя, галіновыя і тыпавыя нормы.

Метады нарміравання бібліятэчных працэсаў. Сумарны і аналітычны метады як базавыя метады ўстанаўлення норм. Фатаграфія (самафатаграфія) працоўнага дня, хранаметраж.

Арганізацыя работы па нарміраванні працы ў бібліятэках. Асаблівасці і асноўныя этапы распрацоўкі норм. Шляхі ўдасканалення нарміравання бібліятэчных працэсаў. Укараненне норм у дзейнасць бібліятэк.

Тэма 1.7 Рэсурснае забеспячэнне дзейнасці бібліятэк (2 гадзіны, лекцыя)

Фінансава-эканамічная дзейнасць бібліятэк. Эканамічныя рэсурсы бібліятэк, склад і значэнне. Крыніцы паступлення фінансавых сродкаў: бюджэтныя і пазабюджэтныя. Каштарыс даходаў і выдаткаў бібліятэкі. Фандрэйзінг у бібліятэцы, сутнасць, значэнне, формы, асноўныя кірункі.

Матэрыяльна-тэхнічная база як элемент сістэмы бібліятэкі, яе сутнасць, задачы, функцыі. Архітэктурныя асаблівасці і патрабаванні, якія прад'яўляюцца да праектавання і пабудовы бібліятэчных будынкаў, пабудовы і памяшканняў.

Функцыі кіравання персаналам у сучасных умовах. Паняцце кампетэнцыі. Навыкі, неабходныя для развіцця персаналу. Прафесійныя навыкі (hard skills). Надпрафесійныя навыкі (soft skills). Планаванне, адбор, фарміраванне і развіццё персаналу. Адаптацыя персаналу. Матывацыя персаналу бібліятэкі.

Паняцці “кіраўнік” і “менеджар”. Прафесійныя патрабаванні да кіраўніка бібліятэкі. Рэпутацыйны патэнцыял сучаснага кіраўніка.

Тэма 1.8 Справаздачнасць, планаванне і кантроль (2 гадзіны, лекцыя)

Бібліятэчная статыстыка як інфармацыйная база кіравання, значэнне, сутнасць, задачы. Асноўныя паказчыкі бібліятэчнай статыстыкі. Абсалютныя, сярэднія і адносныя паказчыкі. Методыка стварэння статыстычных табліц, графікаў і дыяграм. Сучасныя праблемы і перспектывы ўдасканалення бібліятэчнай статыстыкі.

Паняцці “ўлік” і “справаздачнасць”. Віды ўліку. Статыстычныя і інфармацыйныя справаздачы бібліятэкі, структура, методыка складання. Зводныя справаздачы.

Сутнасць і значэнне планавання як формы кіравання бібліятэчнай дзейнасцю. Прынцыпы планавання. Сістэма планаў работы бібліятэкі. Віды планаў бібліятэкі. План работы бібліятэкі, аддзела, сектара, індывідуальны план. Планаванне бюджэту працоўнага часу бібліятэкі. Зводныя планы. Стратэгічнае і перспектыўнае планаванне ў бібліятэцы.

Значэнне кантролю ў сучасным кіраванні бібліятэкай. Арганізацыя сістэмы кантролю ў бібліятэцы. Асноўныя этапы кіраўнічага кантролю.

Раздел 2 Бібліятэчна-інфармацыйны маркетынг: арганізацыя, тэхналогія і рэалізацыя

Тэма 2.1 Асноўныя паняцці і катэгорыі маркетынгу. Сутнасць і сацыяльныя асновы маркетынгу (2 гадзіны, лекцыя)

Асноўныя этапы развіцця маркетынгу. Асноўныя канцэпцыі маркетынгу (Ф. Котлер): канцэпцыя ўдасканалення вытворчасці, канцэпцыя ўдасканалення тавару, канцэпцыя інтэнсіфікацыі камерцыйных намаганняў, канцэпцыя агульнага (класічнага) маркетынгу, канцэпцыя сацыяльна-этычнага маркетынгу.

Маркетынг, змест паняцця, мэты, задачы. Прынцыпы класічнага маркетынгу (Ж.-Ж. Ламбэн). Функцыі маркетынгу, агульныя і спецыфічныя. Базавыя тэрміны (катэгорыі) маркетынгу: патрэба, патрэбнасць, запыт, абмен, здзелка, рынак, тавар (паслуга).

Класічны комплекс маркетынгу. Элементы класічнага маркетынгавага комплексу (4P): product – тавар (прадукт, паслуга); price – цана; place – месца, збыт; promotion – прасоўванне тавару да карыстальніка. Дадатковыя элементы комплексу маркетынгу для сферы паслуг: people – людзі (персанал), physical environment – фізічнае асяроддзе, process – працэс.

Некамерцыйны маркетынг, яго сутнасць, значэнне, сфера прымянення. Асаблівасці маркетынгу ў некамерцыйнай сферы. Асноўныя прынцыпы некамерцыйнага маркетынгу. Паняцце “сацыяльны эффект”, яго значэнне ў кантэксце некамерцыйнага маркетынгу.

Тэма 2.2 Маркетынг у сферы бібліятэчна-інфармацыйнай дзейнасці (2 гадзіны, лекцыя)

Узнікненне і развіццё маркетынгу бібліятэчна-інфармацыйнай дзейнасці. Вызначэнне паняцця “бібліятэчна-інфармацыйны маркетынг”. Асаблівасці рэалізацыі канцэпцый маркетынгу ў бібліятэках.

Мэты і задачы бібліятэчна-інфармацыйнага маркетынгу. Прынцыпы бібліятэчна-інфармацыйнага маркетынгу. Функцыі бібліятэчнага маркетынгу. Метады бібліятэчна-інфармацыйнага маркетынгу: даследчыя, эканамічныя, сацыяльна-псіхалагічныя.

Кірункі маркетынгу ў сферы бібліятэчна-інфармацыйнай дзейнасці: маркетынг арганізацыі (бібліятэкі), маркетынг асоб (персаналу), маркетынг ідэй, маркетынг месцаў.

Тэма 2.3 Бібліятэчныя паслугі ў канцэпцыі маркетынгу (6 гадзін, з іх: 2 гадзіны – круглы стол, 4 гадзіны – самастойная работа)

Таварная палітыка бібліятэкі ў канцэпцыі маркетынгу. Тэрміны “інфармацыйная прадукцыя”, “інфармацыйны тавар (прадукт)”, “інфармацыйная паслуга”, вызначэнне і суадносіны. Бібліятэчна-інфармацыйныя паслугі: дакументныя, бібліяграфічныя, фактаграфічныя, аналітычныя. Паслугі, якія рэалізуюцца бібліятэкай у электронным асяроддзі.

Платныя паслугі ў бібліятэчна-інфармацыйнай дзейнасці. Класіфікацыя платных паслуг. Арганізацыя работы бібліятэк па аказанню платных паслуг. Нарматыўныя прававыя акты, якія рэгулююць аказанне платных паслуг.

Цэнавая палітыка бібліятэкі. Сутнасць маркетынгавага падыходу да цэнавай палітыкі ў бібліятэчна-інфармацыйнай дзейнасці. Этапы працэсу цэнаўтварэння. Асноўныя метады цэнаўтварэння: метады ўстанаўлення цаны на аснове сабекошту; метады ўстанаўлення цаны з арыентацыяй на запыт; метады ўстанаўлення цаны з арыентацыяй на ўзровень канкурэнцыі; метады цэнаўтварэння на аснове выдаткаў.

Тэма 2.4 Маркетынгавыя камунікацыі бібліятэкі (14 гадзін, з іх: 2 гадзіны – лекцыя, 4 гадзіны – практычныя заняткі, 8 гадзін – самастойная работа)

Маркетынгавыя камунікацыі бібліятэкі, паняцце, мэты, функцыі, інструменты. Функцыі маркетынгавых камунікацый бібліятэкі. Інструменты маркетынгавых камунікацый: рэклама, публік рылейшнз, прамы маркетынг (персанальны продаж), стымуляванне збыту.

Бібліятэчная рэклама ў комплексе маркетынгавых камунікацый. Тэхналогія рэкламы. Характарыстыка этапаў рэкламнай дзейнасці бібліятэкі. Сродкі распаўсюджвання рэкламы: друкаваная рэклама, аўдыёрэклама, тэлевізійная рэклама і іншыя віды экраннай рэкламы, камп’ютарная рэклама, дырэкт-мэйл і інш. Методыка стварэння рэкламных аб’яў (зваротаў).

Паняцце фірменнага стылю. Асноўныя кампаненты фірменнага стылю. Распрацоўка фірменнага стылю бібліятэкі.

Публік рылейшнз, паняцце, мэты, функцыі. Мэтавыя аб’екты публік рылейшнз. Асноўныя кірункі публік рылейшнз. Інструменты публік рылейшнз. Фарміраванне спрыяльнай грамадскай думкі як асноўная мэта бібліятэкі пры рэалізацыі публік рылейшнз. Асноўныя кірункі ўзаемадзеяння са сродкамі масавай інфармацыі. Падрыхтоўка прэс-рэлізу. Прэс-рэліз, структура, асноўныя патрабаванні да зместу.

Прамы маркетынг (персанальны продаж). Перавагі прамога маркетынгу.

Стымуляванне збыту прадуктаў і паслуг бібліятэкі. Этапы збытавай кампаніі бібліятэкі. Прыёмы стымулявання збыту інфармацыйных прадуктаў і паслуг. Асноўныя сродкі стымулявання збыту.

Тэндэнцыі развіцця бібліятэчна-інфармацыйнага маркетынгу. Інтэрнэт-маркетынг. Перавагі інтэрнэт-маркетынгу (персаналізацыя, інтэрактыўнасць, таргетынг). Мадэлі вэб-маркетынгу. Выкарыстанне інфармацыйнага сайта для фарміравання іміджу бібліятэкі.

Бібліятэчна-інфармацыйны маркетынг у асяроддзі Web 2.0. Стратэгія работы бібліятэк у сацыяльных медыя. Метады партызанскага маркетынгу. Вірусны маркетынг. Івэнт-маркетынг.

Ацэнка эфектыўнасці маркетынгавай дзейнасці бібліятэкі.

МАТЭРЫЯЛЫ ДА АЎДЫТОРНАЙ РАБОТЫ З ПРЫМЯНЕННЕМ АКТЫЎНЫХ ФОРМ НАВУЧАННЯ

Дзелавая гульня

Тэма 1.4 Інавацыйна-метадычная дзейнасць бібліятэкі *Укараненне інавацыйных праектаў у бібліятэцы* (2 гадзіны)

Сцэнарый

Асабліва сцю дзелавых гульняў з'яўляецца тое, што ў іх мадэліруюцца жыццёвыя сітуацыі і адносіны, ажыццяўляецца пошук аптымальнага варыянта вырашэння праблемы, якая разглядаецца, а затым адбываецца імітацыя яго рэалізацыі на практыцы.

Сітуацыйна-ралявая гульня – сацыяльна-псіхалагічны трэнінг, у працэсе якога адпрацоўваюцца спосабы рэагавання на разнастайныя жыццёвыя сітуацыі і спосабы паводзін у гэтых сітуацыях.

Мэта:

1. Замацаваць тэарэтычныя веды, якія датычацца асноўных стыляў кіраўніцтва бібліятэчным калектывам.
2. Вывучыць магчымасці падрыхтоўкі і ўкаранення інавацыйнага праекта ў бібліятэцы.
3. Разгледзець у форме дзелавой гульні зварот да кіраўніка бібліятэкі за падтрымкай у ажыццяўленні інавацыйнага праекта.

Парадак правядзення:

Неабходна правесці сітуацыйна-ралявыя гульні з удзелам слухачоў (з выкарыстаннем розных стыляў кіраўніцтва бібліятэчным калектывам):

1. Кіраўнік аўтарытарнага стылю кіраўніцтва – загадчык структурнага падраздзялення бібліятэкі, аўтар інавацыйнай прапановы;
2. Кіраўнік дэмакратычнага стылю кіраўніцтва – загадчык структурнага падраздзялення бібліятэкі, аўтар інавацыйнай прапановы;
3. Кіраўнік ліберальнага стылю кіраўніцтва – загадчык структурнага падраздзялення бібліятэкі, аўтар інавацыйнай прапановы.

Заданне:

1. Ацаніць падрыхтаванасць кіраўніка (у залежнасці ад стылю кіраўніцтва) да ўкаранення інавацыйнага праекта.
2. Прааналізаваць ступень падтрымкі кіраўніцтвам крэатыўных пачынанняў супрацоўнікаў бібліятэкі.
3. Выпрацаваць аптымальную лінію паводзін аўтара інавацыйнай прапановы ў дадзенай сітуацыі.
4. Прапанаваць шляхі вырашэння канфліктнай сітуацыі (у выпадку ўзнікнення), выкліканай супраціўленнем кіраўніка бібліятэкі да ўкаранення інавацыйнага праекта.

Этапы правядзення:

Уводзіны: прэзентацыя тэмы, азнаямленне з парадкам правядзення, мэтай, вызначэнне заданняў.

Асноўная частка: правядзенне дзелавой гульні.

Падчас яе адбываецца:

вызначэнне цікаўнасцей слухачоў;

стварэнне спрыяльнай атмасферы для дыялогу;

падбор заданняў;

аналіз сітуацый;

задаюцца пытанні для ўдакладнення;

абмяркоўваюцца варыянты рашэння.

Заклучная частка: абагульненне і падвядзенне вынікаў дзелавой гульні.

Круглы стол

Тэма 2.3 Бібліятэчныя паслугі ў канцэпцыі маркетынгу

Платныя паслугі ў бібліятэчна-інфармацыйнай дзейнасці (2 гадзіны)

Мэта: замацаваць тэарэтычныя веды ў галіне ажыццяўлення платных паслуг у бібліятэцы.

Задачы:

прааналізаваць падыходы да класіфікацыі платных паслуг;

вызначыць асноўныя кірункі платных паслуг, якія выконваюцца ў бібліятэках.

Парадак узаемадзеяння:

1. Адкрыццё круглага стала.

2. Прэзентацыя тэмы, мэты і задач круглага стала.

3. Прэзентацыя пытанняў круглага стала.

4. Абмеркаванне пытанняў круглага стала.

5. Абагульненне вынікаў круглага стала.

Пытанні для абмеркавання:

1. Платныя паслугі ў кантэксце ініцыятыўнай фінансава-эканамічнай дзейнасці бібліятэкі.

2. Класіфікацыя платных паслуг.

3. Арганізацыя работы бібліятэк па аказанню платных паслуг.

МАТЭРЫЯЛЫ ДЛЯ САМАСТОЙНАЙ РАБОТЫ

Раздел 1 Бібліятэчна-інфармацыйны менеджмент: арганізацыя, тэхналогія і рэалізацыя

Тэма 1.3 Арганізацыя кіравання бібліятэкай

Заданне (4 гадзіны)

Падрыхтаваць матэрыялы, неабходныя для ўдзелу ў дзелавой гульні “Укараненне інавацыйных праектаў у бібліятэцы” па наступных пытаннях:

1. Структура кіравання бібліятэкай.
2. Кіруючы персанал і органы кіравання.
3. Асноўныя стылі кіравання бібліятэчным калектывам.

Літаратура для самастойнага вывучэння: [1, с. 21–50; 22, с. 34–38].

Патрабаванні да праверкі вынікаў самастойнай работы. Праверка вынікаў самастойнай работы ажыццяўляецца пры правядзенні бягучай атэстацыі (пытанні № 4, 8, 10).

Тэма 1.4 Інавацыйна-метадычная дзейнасць бібліятэкі

Заданне (6 гадзін)

Вывучыць з выкарыстаннем рэкамендуемай літаратуры наступныя пытанні:

1. Арганізацыя інавацыйнага працэсу ў бібліятэцы.
2. Інавацыйныя бібліятэчныя праекты, спецыфіка падрыхтоўкі.
3. Кіраванне новаўвядзеннямі ў бібліятэцы.

Літаратура для самастойнага вывучэння: [15, с. 48–55; 16, с. 30–31; 18, с. 31–44; 21, с. 647–658].

Патрабаванні да праверкі вынікаў самастойнай работы. Праверка вынікаў самастойнай работы ажыццяўляецца пры правядзенні бягучай атэстацыі (пытанні № 6, 7).

Заданне (2 гадзіны)

Падрыхтаваць матэрыялы, неабходныя для правядзення дзелавой гульні па тэме “Інавацыйна-метадычная дзейнасць бібліятэкі”: падрыхтаваць зварот да кіраўніка бібліятэкі за падтрымкай у ажыццяўленні інавацыйнага праекта.

Раздел 2 Бібліятэчна-інфармацыйны маркетынг: арганізацыя, тэхналогія і рэалізацыя

Тэма 2.3 Бібліятэчныя паслугі ў канцэпцыі маркетынгу

Заданне (2 гадзіны)

Падрыхтаваць матэрыялы для правядзення круглага стала “Платныя паслугі ў бібліятэчна-інфармацыйнай дзейнасці” па наступных пытаннях:

1. Спецыфічныя асаблівасці бібліятэчна-інфармацыйных паслуг.
2. Класіфікацыя інфармацыйных прадуктаў і паслуг.
3. Платныя паслугі ў бібліятэчна-інфармацыйнай дзейнасці.

4. Арганізацыя работы бібліятэк па аказанню платных паслуг.

Літаратура для самастойнага вывучэння: [19, с. 18–27; 21, с. 647–658].

Патрабаванні да праверкі вынікаў самастойнай работы. Праверка вынікаў самастойнай работы ажыццяўляецца пры правядзенні бягучай атэстацыі (пытанні № 42, 44, 45).

Тэма 2.4 Маркетынжавыя камунікацыі бібліятэкі

Заданне 1 (2 гадзіны)

Вывучыць з выкарыстаннем рэкамендуемай літаратуры наступныя пытанні:

1. Асноўныя элементы рэкламнага звароту.
2. Структура і прынцыпы стварэння рэкламнага тэксту.
3. Слоган як важнейшы элемент рэкламнага звароту.

Літаратура для самастойнага вывучэння: [19, с. 34–41].

Патрабаванні да праверкі вынікаў самастойнай работы. Праверка вынікаў самастойнай работы ажыццяўляецца пры правядзенні бягучай атэстацыі (пытанне № 55).

Заданне 2 (2 гадзіны)

Падрыхтаваць рэкламны зварот для выкарыстання на розных медыяплатформах.

Заданне 3 (2 гадзіны)

Знайсці адказы з выкарыстаннем рэкамендуемай літаратуры на наступныя пытанні:

1. Тэндэнцыі развіцця бібліятэчна-інфармацыйнага маркетынгу.
2. Бібліятэчна-інфармацыйны маркетынг у асяроддзі Web 2.0.
3. Стратэгія работы бібліятэк у сацыяльных медыя.

Літаратура для самастойнага вывучэння: [11, с. 21–30; 16, с. 30–31; 19, с. 55–63; 20, с. 178–182].

Патрабаванні да праверкі вынікаў самастойнай работы. Праверка вынікаў самастойнай работы ажыццяўляецца пры правядзенні бягучай атэстацыі (пытанні № 38, 39, 40).

Заданне 4 (2 гадзіны)

1. Напісаць прэс-рэліз аб любым мерапрыемстве, якое плануецца арганізаваць ў бібліятэцы.

2. Падрыхтавацца да абмеркавання прэс-рэлізу на аўдыторных занятках.

Форма бягучай атэстацыі – экзамен.

ЗАЦВЯРДЖАЮ
Дырэктар ІПКіПК
А.А.Філіпаў
. .2022

МАТЭРЫЯЛЫ ДЛЯ БЯГУЧАЙ АТЭСТАЦЫІ СЛУХАЧОЎ

Пытанні для правядзення экзамену па дысцыпліне “Бібліятэчна-інфармацыйны менеджмент і маркетынг”

1. Сутнасць і асноўныя этапы развіцця менеджменту.
2. Асноўныя паняцці бібліятэчнага менеджменту.
3. Асноўныя прынцыпы і функцыі менеджменту.
4. Структура кіравання бібліятэкай.
5. Віды арганізацыйных структур бібліятэкі.
6. Інавацыйна-метадычная дзейнасць бібліятэк: мэты і задачы.
7. Роля метадычнай дзейнасці ў кіраванні інавацыйнымі працэсамі.
8. Кіруючы персанал і органы кіравання.
9. Прафесійныя патрабаванні да кіраўніка.
10. Асноўныя стылі кіравання бібліятэчным калектывам.
11. Дакументацыйнае забеспячэнне кіравання бібліятэкай.
12. Бібліятэчная тэхналогія, значэнне, сутнасць.
13. Цыклы, працэсы і аперацыі як частка бібліятэчнай тэхналогіі.
14. Традыцыйныя і камп’ютарныя тэхналогіі ў бібліятэцы.
15. Нарміраванне бібліятэчных працэсаў.
16. Віды норм.
17. Распрацоўка і ўкараненне норм у дзейнасць бібліятэкі.
18. Крыніцы паступлення фінансавых сродкаў у бібліятэку.
19. Крыніцы пазабюджэтных паступленняў у бібліятэку.
20. Матэрыяльна-тэхнічная база як элемент сістэмы бібліятэкі.
21. Кіраванне персаналам бібліятэкі ў сучасных умовах.
22. Матывацыя персаналу бібліятэкі.
23. Бібліятэчная статыстыка, сутнасць і задачы.
24. Асноўныя паказчыкі бібліятэчнай статыстыкі.
25. Улік і справаздачнасць у бібліятэцы.
26. Статыстычныя і інфармацыйныя справаздачы бібліятэкі.
27. Планаванне бібліятэчнай работы: сутнасць і значэнне.
28. Сістэма планаў работы бібліятэкі. Віды планаў бібліятэкі.
29. Стратэгічнае і перспектывнае планаванне ў бібліятэцы.
30. Кантроль як функцыя менеджменту.
31. Асноўныя этапы развіцця класічнага маркетынгу.
32. Асноўныя паняцці і катэгорыі класічнага маркетынгу.
33. Некамерцыйны маркетынг, сутнасць, значэнне.

34. Паняцце “сацыяльны эффект”, яго значэнне ў кантэксце некамерцыйнага маркетынгу.

35. Асноўныя прынцыпы некамерцыйнага маркетынгу.

36. Маркетынг у бібліятэчна-інфармацыйнай сферы.

37. Кірункі маркетынгу ў сферы бібліятэчна-інфармацыйнай дзейнасці.

38. Тэндэнцыі развіцця бібліятэчна-інфармацыйнага маркетынгу.

Інтэрнэт-маркетынг.

39. Бібліятэчна-інфармацыйны маркетынг у асяроддзі Web 2.0.

40. Стратэгія работы бібліятэк у сацыяльных медыя.

41. Бібліятэчныя паслугі ў канцэпцыі маркетынгу.

42. Таварная палітыка бібліятэкі ў канцэпцыі маркетынгу.

43. Паслугі, якія рэалізуюцца бібліятэкай у электронным асяроддзі.

44. Платныя паслугі ў кантэксце ініцыятыўнай фінансава-эканамічнай дзейнасці бібліятэкі.

45. Арганізацыя работы бібліятэк па аказанню платных паслуг.

46. Цэнавая палітыка бібліятэкі.

47. Асноўныя метады цэнаўтварэння.

48. Маркетынжавыя камунікацыі бібліятэкі: паняцце, мэты.

49. Функцыі маркетынжавых камунікацый бібліятэк.

50. Бібліятэчная рэклама ў комплексе маркетынжавых камунікацый.

51. Тэхналогія рэкламнай дзейнасці бібліятэкі, асноўныя этапы.

52. Сродкі распаўсюджвання рэкламы.

53. Інструменты маркетынжавых камунікацый.

54. Распрацоўка фірменнага стылю бібліятэкі.

55. Методыка стварэння рэкламных аб’яў (зваротаў).

56. Паблік рылейшнз: паняцце.

57. Методыка падрыхтоўкі прэс-рэлізу.

58. Сувязі бібліятэкі са сродкамі масавай інфармацыі.

59. Персанальны продаж: змест паняцця.

60. Стымуляванне збыту інфармацыйных прадуктаў і паслуг бібліятэкі.

61. Значэнне і асаблівасці нарміравання бібліятэчных працэсаў.

62. Паблік рылейшнз: мэты, функцыі, сродкі.

СПІС РЭКАМЕНДУЕМАЙ ЛІТАРАТУРЫ

Асноўная

1. Менеджмент бібліотечно-інфармацыйнай дзейнасці : учеб. / науч. ред. В. К. Ключев, М. Н. Колесникова. – СПб. : Профессия, 2021. – С. 21–50, 85–115, 168–175, 177–193, 230–259, 263–272. – Режим доступа: <https://e-catalog.nlb.by/Record/BY-NLB-br0001703861>. – Дата доступа: 03.06.2022.

Дадатковая

2. Алешин, Л. И. Материально-техническая база библиотек : учеб. пособие / Л. И. Алешин. – М. : Форум, 2017. – С. 34–48.

3. Берёзкина, Н. Бюджет – не резиновый. В поисках дополнительных источников финансирования / Н. Берёзкина // Библиотечное дело. – 2020. – № 3. – С. 21–23.

4. Берёзкина, Н. Ю. Измерение эффективности деятельности библиотек: зарубежный опыт [Электронный ресурс] / Н. Ю. Берёзкина // Библиотечно-информационный дискурс. – 2021. – Т. 1, № 1. – С. 45–52. – Режим доступа: <https://lid.belal.by/jour/article/view/10/9>. – Дата доступа: 03.06.2022.

5. Берёзкина, Н. Ю. Мотивация персонала как важное условие успешной работы организации: возможности библиотек / Н. Ю. Берёзкина // Бібліятэчны веснік : навук. зб. / Нац. б-ка Беларусі. – Мінск, 2021. – Вып. 13. – С. 90–96.

6. Берёзкина, Н. Ю. Оценка эффективности деятельности библиотек: проблемы и перспективы / Н. Ю. Берёзкина // Библиотеки в информационном обществе: сохранение традиций и развитие новых технологий : докл. III Междунар. науч. конф., Минск, 6–7 дек. 2018 г. / Беларус. с.-х. б-ка им. И. С. Лупиновича Нац. акад. наук Беларусі. – Минск, 2018. – С. 249–257.

7. Библиотекарь будущего: каким ему быть? // Современная библиотека. – 2021. – № 4. – С. 54–65.

8. Бібліятэчная статыстыка. Асноўныя палажэнні = Библиотечная статистика. Основные положения : СТБ 7.20–2000. – Мінск : Дзяржстандарт, [Б.г.]. – 6 с.

9. Бражникова, С. А. Форсайт в Белогорье / С. А. Бражникова, Т. А. Пышненко, Л. И. Потапова // Современная библиотека. – 2020. – № 6. – С. 27–35.

10. Булычева, А. А. Кадровый менеджмент как способ повышения эффективности функционирования библиотеки [Электронный ресурс] / А. А. Булычева // Культура: теория и практика : электрон. науч. журнал. – 2019. – № 5. – Режим доступа: <http://theoryofculture.ru/issues/109/1285/>. – Дата доступа: 03.06.2022.

11. Гусева, Е. Н. Стратегические документы, определяющие роль библиотек / Е. Н. Гусева // Науч. и техн. б-ки. – 2019. – № 3. – С. 21–30.

12. Замаева, Н. Н. Статистический учет деятельности библиотек в информационном пространстве: правовой аспект / Н. Н. Замаева // *Бібліятэчны веснік : навук. зб. / Нац. б-ка Беларусі. – Мінск, 2018. – Вып. 10. – С. 51–59.*
13. Казаченкова, Л. А. Форсайтить – дело непростое / Л. А. Казаченкова // *Современная библиотека. – 2018. – № 10. – С. 54–63.*
14. Круталевич, Е. А. Проектная деятельность библиотек в современных условиях / Е. А. Круталевич // *Бібліятэчны веснік : навук. зб. / Нац. б-ка Беларусі. – Мінск, 2020. – Вып. 12. – С. 180–189.*
15. Макеева, О. В. Актуальные проблемы работы с персоналом библиотек на современном этапе развития библиотечного дела / О. В. Макеева // *Библиосфера. – 2018. – № 4. – С. 48–55.*
16. Методические рекомендации по осуществлению учета виртуальных (удаленных) пользователей и посещений // *Бібліятэчны свет. – 2017. – № 2. – С. 30–31.*
17. Мочалова, Е. В. Библиотечный фандрайзинг: опыт применения / Е. В. Мочалова // *Современная библиотека. – 2017. – № 2. – С. 28–31.*
18. Пилко, И. С. К оценке эффективности библиотечной деятельности / И. С. Пилко, С. А. Мухамедиева // *Науч. и техн. б-ки. – 2019. – № 3. – С. 31–44.*
19. Платные услуги в сфере культуры: организационно-методические аспекты : информ.-аналитич. материалы / сост. : Р. Ф. Харитончик, Е. А. Лапикова ; под общ. ред. И. Б. Лаптенко ; Белорус. гос. ун-т культуры и искусств, Ин-т повыш. квалиф. и перепод. кадров. – Минск : БГУКИ, 2020. – 112 с.
20. Пшибытко, М. Г. Публичные библиотеки в интернет-пространстве: к проблеме государственного статистического наблюдения / М. Г. Пшибытко // материалы V Международного конгресса “Библиотека как феномен культуры”: Комфортная среда библиотек: новые технологические и материально-технические решения, Минск, 18–19 окт. 2018 г. / Нац. б-ка Беларусі. – Минск, 2018. – С. 178–182.
21. Редькина, Н. С. “Надпрофессиональные” навыки и профессиональные знания библиотечного специалиста: требования времени / Н. С. Редькина // *Библиотековедение. – 2019. – Т. 68, № 6. – С. 647–658.*
22. Справочник библиотекаря. Кн. 2. Грузова, А. А. Управление проектами в библиотечно-информационной деятельности / А. А. Грузова. – СПб. : Профессия, 2021. – С. 34–38, 59–67, 69–80.
23. Фоменко, И. Г. Социальная модернизация как катализатор развития кадрового потенциала библиотеки [Электронный ресурс] / И. Г. Фоменко, О. Ю. Мурашко // *Культура: теория и практика : электрон. науч. журнал. – 2020. – № 4. – Режим доступа: <http://theoryofculture.ru/issues/115/1376/>. – Дата доступа: 03.06.2022.*