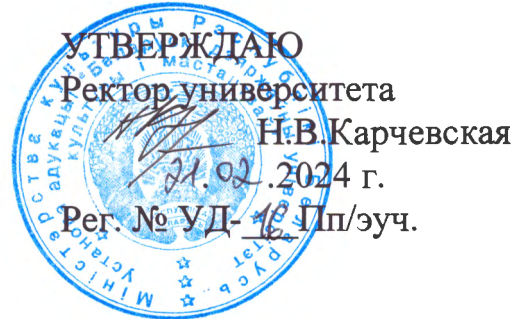


Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»
Институт повышения квалификации и переподготовки кадров



**УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ,
МОДУЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**МОДУЛЬ
«ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ
БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

специальность переподготовки: 9-09-0322-01 Библиотековедение и библиография
квалификация: библиотекарь-библиограф
в соответствии с примерным учебным планом по специальности
переподготовки, утвержденным 7 июля 2023 г. № 25-13/40

Минск, 2024

Разработчик программы:

О.А.Барма, старший преподаватель кафедры культурологии и психолого-педагогических дисциплин Института повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», магистр педагогических наук

кафедрой культурологии и психолого-педагогических дисциплин Института повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»
Протокол заседания от 13.02.2024 г. № 2

советом Института повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»
Протокол заседания от 15.02.2024 г. № 2

научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»
Протокол заседания от 21.02.2024 г. № 3

ВВЕДЕНИЕ

Учебная программа по учебной дисциплине, модулю «Организационно-управленческие технологии библиотечно-информационной деятельности» (далее – учебная программа) разработана для реализации образовательной программы переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование, в соответствии с требованиями образовательного стандарта переподготовки руководящих работников и специалистов по специальности 9-09-0322-01 «Библиотековедение и библиография», утвержденного постановлением Министерства культуры Республики Беларусь от 6 июля 2023 г. № 95.

Примерным учебным планом по специальности переподготовки в рамках модуля «Организационно-управленческие технологии библиотечно-информационной деятельности» предусмотрено изучение трех учебных дисциплин:

- «Библиотечно-информационный менеджмент»;
- «Научно-методическая деятельность библиотек»;
- «Библиотечно-информационный маркетинг».

Цель изучения учебных дисциплин модуля – формирование у слушателей профессиональных компетенций, связанных с применением организационно-управленческих технологий в реализации административных, информационно-методических, маркетинговых процессов, определяющих миссию, цель, задачи, функции и принципы деятельности библиотеки как социокультурного, информационного института общества, научно-методического центра.

Основными задачами изучения модуля являются:

формирование знаний о теоретико-методологических основах организационно-управленческой, научно-методической, маркетинговой деятельности библиотеки;

развитие представлений о библиотеке как о сложной системной организации, включающей административную, научно-методическую и маркетинговую составляющую;

ознакомление слушателей с целями, задачами, функциями и принципами управления библиотекой как системой социокультурных, нормативно правовых, трудовых отношений;

систематизация и углубление теоретических знаний о деятельности библиотеки как о центре по научно-методическому сопровождению работы подведомственных структурных подразделений;

раскрытие организационно-технологических особенностей осуществления маркетинговой деятельности библиотеки по позиционированию и продвижению своих продуктов и услуг на информационном рынке;

развитие умений и навыков принятия управленческих решений, проведения методического обследования деятельности библиотек, осуществления маркетинговых исследований;

формирование у слушателей управленческой культуры, выработка персональных моделей реализации управленческих, методических, маркетинговых функций;

приобретение новых знаний в области разработки бренда библиотеки, применение технологий SMM-продвижения, создания и представления методической продукции в цифровом пространстве;

ознакомление с функциональными задачами, реализуемыми сотрудниками структурных подразделений библиотеки, отвечающих за управленческую, научно-методическую, маркетинговую деятельность.

Методы обучения: репродуктивные – пояснительно-иллюстративные, информационно-рецептивные, продуктивные – проблемного обучения, частично-поисковые, активные (интерактивные).

Средства обучения: учебные и научные издания, нормативные правовые акты, иные официальные источники информации, дидактические материалы, технические средства обучения, презентации и видеозаписи.

ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУШАТЕЛЕЙ

Изучение содержания учебной программы должно обеспечить формирование специализированных профессиональных компетенций необходимых специалисту для

Осуществления видов профессиональной деятельности:

информационно-аналитическая деятельность по анализу документированной информации, аналоговых и цифровых ресурсов и передового опыта библиотечно-библиографической и информационной работы отечественных и зарубежных библиотек;

организационно-управленческая деятельность по формированию и обработке библиотечных фондов, организации библиотечного, информационного и справочно-библиографического обслуживания пользователей, научно-методического обеспечения библиотек.

Выполнения функций профессиональной деятельности:

административное, научно-методическое и маркетинговое сопровождение библиотечно-библиографических процессов;

планирование и реализация мероприятий по подготовке аналитических, методических и информационных материалов, их представления в цифровом пространстве;

реализация маркетинговых коммуникаций с целью позиционирования и продвижения библиотечно-информационных продуктов и услуг;

разработка программ и проектов развития библиотечно-информационной деятельности, их научно-методическое и маркетинговое сопровождение.

Решения задач при выполнении функций профессиональной деятельности:

создание информационно-аналитической продукции с учетом информационных предпочтений целевой аудитории и типов библиотек на основе осуществления информационного анализа текстов, информационных ресурсов; продвижение информационных продуктов и услуг, формирование

внутренней и внешней коммуникационной политики библиотеки;
осуществление анализа удовлетворенности пользователей библиотек качеством предоставляемых информационных услуг и продуктов;
участие в разработке локальной и организационно-управленческой документации;
участие в разработке планов, программ, проектов развития библиотечно-информационной деятельности;
использование инструментария менеджмента и маркетинга в библиотечно-информационной деятельности.

ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

Слушатель, освоивший содержание модуля «Организационно-управленческие технологии библиотечно-информационной деятельности», должен обладать следующими специализированными профессиональными компетенциями:

СП 18. Знать основные принципы организации библиотечно-информационной деятельности и систему ее управления;

СП 19. Знать ресурсное обеспечение библиотек и уметь применять инструментарий менеджмента в процессе осуществления организации, планирования, координации и контроля библиотечно-информационных процессов;

СП 20. Уметь выявлять и внедрять инновационные технологии, применять знание принципов организации труда в работе библиотеки;

СП 21. Знать особенности, направления и формы научно-методического сопровождения библиотечно-информационной деятельности;

СП 22. Уметь осуществлять научно-методическую поддержку библиотечно-информационной деятельности, готовить и предоставлять методическую продукцию библиотек;

СП 23. Знать теоретические основы и принципы маркетинговой деятельности библиотеки, правила сегментирования рынка и способы изучения потребностей его субъектов;

СП 24. Уметь анализировать состояние библиотечных ресурсов, внешней и внутренней среды библиотеки, количественные и качественные показатели ее работы для разработки маркетинговой концепции ее развития;

СП 25. Знать особенности рекламной деятельности библиотеки и уметь использовать в профессиональной деятельности эффективные технологии формирования имиджа и бренда библиотеки, принципы позиционирования и продвижения библиотечных услуг и продуктов на информационном рынке;

СП 26. Знать и уметь применять технологии цифрового маркетинга в продвижении деятельности библиотек.

В соответствии с примерным учебным планом по специальности переподготовки общее количество учебных часов, отведенное на изучение содержания модуля «Организационно-управленческие технологии библиотечно-информационной деятельности» – 198, трудоемкость составляет 7,5 зачетных единиц (кредитов).

Согласно учебному плану по специальности переподготовки распределение учебных часов по учебным дисциплинам модуля и видам занятий в заочной форме получения образования:

«Библиотечно-информационный менеджмент» (72 часа, из них: лекции – 14, практические занятия – 16, деловые игры – 12, самостоятельная работа – 30);

«Научно-методическая деятельность библиотек» (36 часов, из них: лекции – 8, практические занятия – 10, самостоятельная работа – 18);

«Библиотечно-информационный маркетинг» (90 часов, из них: лекции – 16, практические занятия – 24, деловые игры – 10, самостоятельная работа – 40).

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН учебной дисциплины, модуля

Наименования разделов модулей, дисциплин, тем и форм текущей, промежуточной аттестации	Количество учебных часов										Этапы	Кафедра (цикловая комиссия)	
	распределение по видам занятий												
	аудиторные занятия												самостоятельная работа
	всего	лекции	практические занятия	семинарские занятия	круглые столы	тематические дискуссии	лабораторные занятия	деловые игры	тренинги	конференции			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
I БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	72	14	16				12			30	1, 2	Кафедра культурологии и психолого-педагогических дисциплин	
Тема 1.1. Теоретические основы менеджмента библиотечно-информационной деятельности	8	2	2							4	1		
Тема 1.2. Функции и принципы управления библиотекой	6	2	2							2	1		
Тема 1.3. Организация управления библиотекой как сложной системной организацией	8	2	2				2			2	1		
Тема 1.4. Механизмы управления библиотекой	12	2	2				4			4	2		
Тема 1.5. Стратегическое управление библиотекой	8	2	2							4	2		
Тема 1.6. Ресурсное обеспечение менеджмента библиотечно-информационной деятельности	8	2	2							4	2		
Тема 1.7. Организация управления библиотечным делом в Республике Беларусь. Библиотечные системы и сети	14	2	2				6			4	2		
Тема 1.8. Формирование системы общественного управления библиотечным делом	8		2							6	2		
Форма текущей аттестации (при необходимости с указанием раздела, темы)	–										–		
Форма промежуточной аттестации по модулю	Экзамен										2		

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
II НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БИБЛИОТЕК	36	8	10							18	3	Кафедра культурологии и психолого-педагогических дисциплин
Тема 2.1. Теоретико-методологические основы научно-методического обеспечения библиотечно-информационной деятельности	6	2								4	3	
Тема 2.2. Аналитическая и экспертная деятельность библиотек	6	2	2							2	3	
Тема 2.3. Консультационно-методическая и научно-исследовательская деятельность библиотек	6	2	2							2	3	
Тема 2.4. Методическое обеспечения инновационной, проектной и издательской деятельности библиотек	6	2								4	3	
Тема 2.5. Профессионализация библиотечных кадров. Методическое сопровождение непрерывного образования библиотечных работников	4		2							2	3	
Тема 2.6. Международное сотрудничество в библиотечно-информационной сфере	4		2							2	3	
Тема 2.7. Научно-методическая деятельность библиотек в цифровом пространстве	4		2							2	3	
Форма текущей аттестации (при необходимости с указанием раздела, темы)	—										—	
Форма промежуточной аттестации по модулю	Зачет										3	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
III БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ	90	16	24				10			40	3, 4	Кафедра культурологии и психолого-педагогических дисциплин
Тема 3.1. Сущность и социальные основы маркетинга. Библиотека в системе некоммерческого маркетинга	8	2	2							4	3	
Тема 3.2. Маркетинговая среда библиотеки	12	2	4							6	3	
Тема 3.3. Маркетинговые исследования в библиотеке	14	2	2				4			6	3, 4	
Тема 3.4. Планирование маркетинговых мероприятий	10	2	4							4	4	
Тема 3.5. Ценовая политика библиотеки	6	2								4	4	
Тема 3.6. Реклама библиотечных продуктов и услуг	14	2	4				4			4	4	
Тема 3.7. Бренд, имидж и фирменный стиль библиотеки	10	2	2				2			4	4	
Тема 3.8. Социальные сети и цифровой маркетинг как инструмент продвижения библиотеки, ее товаров и услуг	10	2	4							4	4	
Тема 3.9. Маркетинговое подразделение в структуре управления библиотекой	6		2							4	4	
Форма текущей аттестации (при необходимости с указанием раздела, темы)	—										—	
Форма промежуточной аттестации по модулю	Экзамен										4	

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

РАЗДЕЛ I БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Тема 1.1. Теоретические основы менеджмента библиотечно-информационной деятельности (8 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, самостоятельная работа – 4)

Взаимосвязь понятий «руководство», «управление», «менеджмент»: общее и частное. Переход от классической модели управления (директивная система воздействия) к менеджменту (личностная заинтересованность человека в реализации управленческих процессов).

Менеджмент как научная дисциплина и сфера профессиональной деятельности специалиста. Исторические этапы эволюции менеджмента. Научные школы менеджмента: идеи, имена, концепции. Основные принципы, функции, методы и технологии менеджмента, применяемые в организациях сферы культуры и искусства.

Формирование концепции менеджмента библиотечно-информационной деятельности. Теоретико-методологические основы менеджмента библиотечно-информационной деятельности. Диверсификация менеджмента библиотечно-информационной деятельности.

Системный подход к управлению библиотечным делом, в общем, и отдельно взятой библиотекой, в частности. Библиотека как сложная системная организация. Ключевые элементы библиотеки как сложной системы: централизация управления, наличие ресурсов и их ограниченность, зависимость от внешней среды, горизонтальное и вертикальное разделение труда, необходимость самоуправления и контроля.

Организационно-управленческая структура библиотеки: традиционный и инновационный подходы к ее разработке и внедрению. Роль руководителя в системе управления библиотеки: личностный и профессиональный аспект. Этические аспекты управленческой деятельности. Управленческий аппарат библиотеки: цель, задачи, функции.

Управление как фактор повышения эффективности производственной деятельности библиотеки и ее работников. Социальная, экономическая, ресурсная эффективность деятельности библиотеки.

Государственная система управления библиотечно-информационной деятельностью. Основные объекты государственного управления: библиотечная система страны, ведомственные и территориальные библиотечные сети, отдельно взятая библиотека, кадры, материально-техническая база, финансы, технологические процессы. Общая характеристика управления библиотечно-информационной деятельностью: цели, методы, функции, структура, кадры управления, организация процесса управления, технология управления.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (4 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Менеджмент как научная дисциплина и сфера профессиональной деятельности специалиста.
2. Формирование концепции менеджмента библиотечно-информационной деятельности.
3. Системный подход к управлению библиотечным делом, в общем, и отдельно взятой библиотекой, в частности.

Литература для самостоятельного изучения

1. Ключев, В. К. О сущности библиотечного менеджмента [Электронный ресурс] / В. К. Ключев // Румянцевские чтения – 2020 : Материалы Междунар. науч.-практ. конф., в 2-х ч., Москва, 21–24 апр. 2020 г. / сост. Е. А. Иванова ; редкол. В. В. Дуда (пред.), Ю. С. Белянкин, Е. Н. Гусева [и др.]. – М. : Пашков дом, 2020. – Ч. 1. – С. 408–414. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43882384>. – Дата доступа: 10.02.2024.
2. Кузоро, К. А. Менеджмент и маркетинг библиотечно-информационной деятельности: опыт исследования в отечественном библиотековедении [Электронный ресурс] / К. А. Кузоро // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2011. – № 2. – С. 70–80. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16396264>. – Дата доступа: 10.02.2024.
3. Муравьев, Ю. Л. Современный менеджмент : технология или искусство [Электронный ресурс] / Ю. Л. Муравьев // Вестник СИБИТа. – 2016. – № 2 (18). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyyu-menedzhment-tehnologiya-ili-iskusstvo>. – Дата доступа: 10.02.2024.
4. Сулова, И. М. Менеджмент библиотечно-информационной деятельности : учеб. / И. М. Сулова. В. К. Ключев – СПб. : Профессия, 2009. – С. 31–68.

Тема 1.2. Функции и принципы управления библиотекой (6 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, самостоятельная работа – 2)

Традиционный и инновационный подход к определению сущности и классификации функций менеджмента. Общие функции (планирование, организация деятельности, мотивация, контроль), их взаимосвязь. Специальные, связующие и вспомогательные функции, их особенности применения в управлении. Принципы менеджмента: их сущность и содержательная характеристика. Взаимосвязь функций и принципов в рамках разделения управленческого труда. Уровни и виды управления как основа реализации функций и принципов в управленческой деятельности руководителя.

Характеристика основных функций управления библиотекой как сложной системной организацией: определение и постановка цели (как всей системы, так и отдельно взятых элементов), прогнозирование, организация, планирование, финансирование, координация и регулирование, осуществление внешних связей,

подготовка и расстановка кадров, мотивация, учет, системный анализ, контроль, подготовка нормативно правовых документов, стимулирование. Особенности проявления функций управления в библиотечной практике в условиях ресурсной ограниченности. Реализация принципов управления библиотекой на основе государственной культурной политики, общественной и групповой системы ценностей, корпоративной культуры и т. д.

Уровни и виды управления библиотечным делом: международный, республиканский, областной, районный уровни. Ведомственный уровень управления библиотечным делом. Разделение управленческого труда в библиотеке: системный и процессный подход.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (2 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Характеристика основных функций управления библиотекой как сложной системной организацией.
2. Реализация принципов управления библиотекой на основе государственной культурной политики.

Литература для самостоятельного изучения

1. Вихрева, Г. М. Основы государственной культурной политики и формирование ценностной концепции российской библиотеки [Электронный ресурс] / Г. М. Вихрева // Культура в евразийском пространстве: традиции и новации. – 2017. – № 1(1). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovy-gosudarstvennoy-kulturnoy-politiki-i-formirovanie-tsennostnoy-kontseptsii-rossiyskoj-biblioteki>. – Дата доступа: 10.02.2024.
2. Столяров, Ю. Н. О сущностных функциях элементов библиотеки и их наименовании. Постановочная статья / Ю. Н. Столяров // Науч. и техн. б-и. – 2015. – № 7. – С. 3–16.
3. Столяров, Ю. Н. О системных функциях библиотеки и их наименовании. Постановочная статья / Ю. Н. Столяров // Науч. и техн. б-ки. – 2015. – № 6. – С. 30–43.

Тема 1.3. Организация управления библиотекой как сложной системной организацией (8 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, деловая игра – 2, самостоятельная работа – 2)

Организационная структура библиотеки и ее взаимосвязь со структурой управления. Соответствие структуры управления его функциям. Типы структур, применяемых на практике для реализации функций библиотеки. Основные типы организационных структур: линейная, линейно-функциональная. Органические и механистические системы управления библиотекой. Иерархичность звеньев управления библиотекой. Адаптивные организационные структуры: проектная, матричная; возможности, ограничения и области применения. Коллегиальные и совещательные органы в структуре управления библиотекой. Факторы, влияющие на организацию управления библиотекой. Разделение

обязанностей между структурными подразделениями: цель, задачи, особенности реализации. Распределение обязанностей между библиотечными работниками как условия эффективности реализации функций библиотеки, ее структурных подразделений. Организация управления в библиотеках различных видов. Особенности организации управления в централизованных библиотечных системах (директор-заведующий). Формирование и развитие организационной культуры библиотеки.

Управленческое решение как результат управленческой деятельности руководителя библиотеки. Управленческое решение как психологический и волевой процесс. Виды управленческого решения, применяемого в библиотеке: организационные, интуитивные, рациональные. Алгоритмы принятия решений. Методы принятия решений в условиях неопределенности. Документационное обеспечение принятия и реализации управленческого решения в библиотечно-информационной деятельности.

Сценарий деловой игры «Организационная структура управления библиотекой»

Деловая игра предполагает условное деление учебной группы на подгруппы в количестве 6–8 человек.

Цель деловой игры – сформировать профессиональные навыки и умения разработки организационной структуры управления библиотекой.

Задание: разработать графическую схему организационной структуры управления библиотекой.

На подготовительном этапе решаются вопросы как организационные, так и связанные с предварительным изучением содержательного материала игры.

Итогом деловой игры является создание каждой подгруппой графической схемы организационной структуры управления библиотекой.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (2 часа)

Изучить с использованием рекомендуемой литературы следующие вопросы:

1. Организационная структура библиотеки и ее взаимосвязь со структурой управления.
2. Факторы, влияющие на организацию управления библиотекой.

Литература для самостоятельного изучения

1. Сукиасян, Э. Р. Деятельность, структура и система управления современной библиотеки. Часть 1. Направления деятельности библиотек / Э. Р. Сукиасян // Науч. и техн. б-ки. – 2015. – № 10. – С. 67–74.

2. Сукиасян, Э. Р. Деятельность, структура и система управления современной библиотеки. Часть 2. Структура библиотеки / Э. Р. Сукиасян // Науч. и техн. б-ки. – 2015. – № 11. – С. 5–11.

3. Сукиасян, Э. Р. Деятельность, структура и система управления современной библиотеки. Часть 3. Система управления библиотекой / Э. Р. Сукиасян // Науч. и техн. б-ки. – 2015. – № 12. – С. 5–11.

Тема 1.4. Механизмы управления библиотекой (12 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, деловая игра – 4, самостоятельная работа – 4)

Организационно-административные механизмы как система распределения полномочий (прав и обязанностей), фиксируемых в организационных документах (устав, положение, должностная инструкция, штатное расписание); система организационно-административного воздействия (иерархическая структура управления).

Организационно-экономические механизмы менеджмента: система ресурсного обеспечения (финансовые и материально-технические ресурсы) и хозяйственного содержания деятельности организаций сферы культуры, экономический расчет и экономическое стимулирование (организация заработной платы, материального поощрения или наказания) организаций.

Социально-психологические механизмы как способы социально-психологического воздействия на сотрудников библиотеки для формирования необходимой организации их трудового поведения.

Кадровый менеджмент как комплекс организационных, экономических и социально-психологических методов, обеспечивающих эффективность трудовой деятельности библиотечных работников. Цель, основные задачи и функции кадрового менеджмента.

Нормативно правовой механизм управления как совокупность нормативно-правовых актов, регулирующих правоотношения между субъектами управления. Устранение количества противоречий и правоотношений среди участников процесса управления.

Информационный механизм как совокупная система организационно-административных, организационно-экономических, кадровых и социально-психологических механизмов, устанавливающая взаимодействие между подсистемами организации через управленческие решения по различным хозяйственным, коммерческим, кадровым вопросам и соответствующий документооборот, который обеспечивает взаимосвязь планирования, контроля, учета и отчетности.

Сценарий деловой игры «Коммуникативный кодекс поведения»

Деловая игра предполагает условное деление учебной группы на подгруппы в количестве 6–8 человек.

Цель деловой игры – сформировать профессиональные навыки и умения по разработке и внедрения коммуникативного кодекса поведения для работников библиотеки.

Задание: разработать коммуникативный кодекс поведения работника библиотеки.

На подготовительном этапе решаются вопросы как организационные, так и связанные с предварительным изучением содержательного материала игры.

Итогом деловой игры является разработанный макет коммуникативного кодекса поведения работника библиотеки и план по его внедрению.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (4 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Организационно-административный механизм управления библиотекой.
2. Организационно-экономический механизм управления библиотекой.
3. Социально-психологический механизм управления библиотекой.

Литература для самостоятельного изучения

1. Булычева, А. А. Кадровый менеджмент как способ повышения эффективности функционирования библиотеки [Электронный ресурс] / А. А. Булычева // Культура: теория и практика. – 2019. – № 5 (32). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kadrovyu-menedzhment-kak-sposob-povysheniya-effektivnosti-funktsionirovaniya-biblioteki>. – Дата доступа: 10.02.2024.

2. Королькова, В. В. Разрабатываем должностную инструкцию [Электронный ресурс] / В. В. Королькова // Информационный бюллетень РНТБ. – 2020. – № 2. – Режим доступа: <https://rlst.org.by/informational-resources/izdania/ib-2-2020/dolzhnostnaya-instruktsiya>. – Дата доступа: 10.02.2024.

3. Трофимова, Л. А. Социально-психологический климат коллектива библиотеки как условие ее эффективной деятельности [Электронный ресурс] / Л. А. Трофимова // Библиосфера. – 2021. – № 1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-psihologicheskii-klimat-kollektiva-biblioteki-kak-uslovie-ee-effektivnoy-deyatelnosti>. – Дата доступа: 10.02.2024.

Тема 1.5. Стратегическое управление библиотекой (8 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, самостоятельная работа – 4)

Стратегическое управление: понятие, его характеристика как функции менеджмента. Концепции и этапы стратегического управления библиотекой. Стратегия библиотеки и ее виды. Роль стратегии в регулировании управленческой, технологической, маркетинговой, научно-методической, сервисной деятельности библиотеки. Понятие миссии, видения, проектов в концепции стратегического управления. Разработка стратегических направлений развития структурных подразделений библиотеки. Содержательные ориентиры библиотечных стратегий в условиях ресурсной ограниченности.

Проектная деятельность как инструмент для развития стратегического управления библиотекой. Особенности проектной деятельности библиотек. Государственные и региональные программы развития как основа для реализации проектной деятельности библиотек, стратегического управления последней. Инновационные практики стратегического управления библиотекой.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (4 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Стратегическое управление: понятие, его характеристика как функции менеджмента.

2. Государственные и региональные программы развития как основа для реализации стратегического управления библиотекой.

Литература для самостоятельного изучения

1. Ильяева, И. А. Стратегическое управление библиотекой : учеб. пособие / И. А. Ильяева, В. Н. Маркова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Кнорус, 2023. – С. 50–69; 91–121.

Тема 1.6. Ресурсное обеспечение менеджмента библиотечно-информационной деятельности (8 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, самостоятельная работа – 4)

Понятие ресурсов и средств, их роль в регулировании библиотечной деятельности. Классификация библиотечных ресурсов. Кадры, материально-техническая база, финансы, технологические процессы как объекты менеджмента библиотеки. Планирование и отчетность по использованию ресурсов в практической деятельности библиотеки. Составление плана работы библиотеки с использованием бюджета рабочего времени и норм на основные библиотечные процессы. Отчетность библиотек. Виды отчетов. Методика составления, структура, требования, предъявляемые к отчетам. Библиотечная статистика: ее предмет, назначение, объекты, этапы статистической работы. Система основных показателей библиотечной статистики

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (4 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Классификация библиотечных ресурсов.
2. Отчетность библиотек. Виды отчетов. Методика составления, структура, требования, предъявляемые к отчетам.
3. Библиотечная статистика: ее предмет, назначение, объекты, этапы статистической работы.

Литература для самостоятельного изучения

1. Ваньков, В. В. Культура в эпоху цифровой экономики [Электронный ресурс] / В. В. Ваньков // Библиотека нового поколения. – 2020. – № 1. – Режим доступа: <https://bnp.rsl.ru/article/view/506>. – Дата доступа: 10.02.2024.

2. Документация библиотеки: виды отчетов и методические рекомендации [Электронный ресурс] // ЛаЛаЛань : [офиц. сайт]. – Режим доступа: <https://lala.lanbook.com/dokumentaciya-biblioteki-vidy-otchetov-i-metodicheskie-rekomendacii>. – Дата доступа: 10.02.2024.

3. Киселева, Т. Г. Социально-культурная деятельность : учеб. / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М. : МГУКИ, 2004. – С. 368–403.

4. Мотульский, Р. С. Библиотечная статистика : проблемы и решения / Р. С. Мотульский // Библиотечное дело – XXI век : науч.-практ. сб. – М., 2002. – Вып. 3. – С. 28–64.

Тема 1.7. Организация управления библиотечным делом в Республике Беларусь. Библиотечные системы и сети (14 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, деловая игра – 6, самостоятельная работа – 4)

Библиотечная отрасль как объект управления. Сущность управления библиотечным делом. Реорганизация управления отечественным библиотечным делом в связи с изменившимися экономическими, политическими и социальными условиями. Современные принципы управления библиотечным делом: сочетание территориального и отраслевого управления, научность, политический подход, соотносительность управляющей и управляемой систем, делового партнерства, демократизации и децентрализации управления. Демократизация управления библиотечным делом.

Ведомственное управление библиотечно-информационной деятельностью. Цели и задачи ведомственного управления библиотечной сетью. Обеспечение наиболее полного удовлетворения информационных потребностей отрасли, развитие библиотечных ресурсов и их эффективное использование, проведение единой библиотечной политики в отрасли, расширение межведомственных связей и интеграционных процессов.

Роль областных, городских, районных библиотек в управлении библиотечной сетью. Функции библиотечных советов и комиссий, созданных при библиотеках, в управлении библиотечно-библиографическими процессами.

Коллаборативные проекты как инструмент управления библиотечно-библиографическими процессами.

Сценарий деловой игры «Конкурс профессионального мастерства»

Деловая игра предполагает условное деление учебной группы на подгруппы в количестве 6–8 человек.

Цель деловой игры – сформировать профессиональные навыки и умения по разработке профессионального мероприятия, направленного на выявления инновационных практик управления библиотекой.

Задание: разработать положение о проведении конкурса, цель которого – выявление инновационных практик управления библиотекой.

На подготовительном этапе решаются вопросы как организационные, так и связанные с предварительным изучением содержательного материала игры.

Итогом деловой игры является создание положения о проведении профессионального конкурса по выявлению инновационных практик управления библиотекой.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (4 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Реорганизация управления отечественным библиотечным делом в связи с изменившимися экономическими, политическими и социальными условиями.
2. Ведомственное управление библиотечно-информационной деятельностью.

3. Роль областных, городских, районных библиотек в управлении библиотечной сетью.

Литература для самостоятельного изучения

1. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры : па стане на 6 лют. 2023 г. / [адк. за вып. Н. В. Судзілоўская]. – Мінск : Нацыянальны цэнтр прававой інфармацыі Рэспублікі Беларусь, 2023. – С. 73–84.

2. Беларусь библиотечная [Электронный ресурс] / Нац. б-ка Беларуси : [офиц. сайт]. – Режим доступа: <http://belaruslibrary.nlb.by>. – Дата доступа: 10.02.2024.

3. Пшибытка, М. Г. Библиотеки Беларуси: 25 лет развития / М. Г. Пшибытко // Вестник Библиотечной Ассамблеи Евразии. – 2017. – № 1. – С. 24–26.

Тема 1.8. Формирование системы общественного управления библиотечным делом (8 часов, из них: практическое занятие – 2, самостоятельная работа – 6)

Общественные структуры управления библиотечным делом Республики Беларусь, их роль и функции. Региональные профессиональные объединения библиотекарей. Отраслевые общественные объединения работников библиотечных учреждений. Основные задачи, направления деятельности белорусской библиотечной ассоциации: участие в разработке программ развития библиотечного дела; организация общественного обсуждения проблем; поддержание инициатив, направленных на развитие отрасли; организацию работы по совершенствованию подготовки кадров и повышению их квалификации; содействие улучшению условий труда и быта работников. Развитие тесного взаимодействия профессионального библиотечного сообщества с государственными и местными органами управления библиотечным делом, объединение творческих усилий общественных и государственных органов управления.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (6 часов)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Общественные структуры управления библиотечным делом Республики Беларусь, их роль и функции.
2. Региональные профессиональные объединения библиотекарей.
3. Развитие тесного взаимодействия профессионального библиотечного сообщества с государственными и местными органами управления библиотечным делом.

Литература для самостоятельного изучения

1. Рафеева, М. С. Белорусская библиотечная ассоциация: стратегии и реализация программ / М. С. Рафеева // Вестник Библиотечной Ассамблеи Евразии. – 2019. – № 3. – С. 8–12.

2. Рафеева, М. С. Белорусская библиотечная ассоциация в контексте SWOT-анализа деятельности / М. С. Рафеева / Российская библиотечная ассоциация. Информационный бюллетень РБА. – 2019. – № 87. – С. 102–104.

3. Юрик, И. В. Проект ИФЛА «Глобальное видение» в Беларуси: наш вклад в создание сильного и объединенного библиотечного сообщества / И. В. Юрик // Библиотечный мир. – 2018. – № 5. – С. 5.

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ПО РАЗДЕЛУ МОДУЛЯ «БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Проверка результатов самостоятельной работы слушателей осуществляется преподавателем во время проведения практических занятий и промежуточной аттестации слушателей.

Вопросы и задания по тематике самостоятельной работы включаются в материалы для промежуточной аттестации слушателей.

Форма промежуточной аттестации слушателей по разделу модуля – экзамен, который проводится по экзаменационным билетам в устной форме на 2 этапе обучения.

РАЗДЕЛ II НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БИБЛИОТЕК

Тема 2.1. Теоретико-методологические основы научно-методического обеспечения библиотечно-информационной деятельности (6 часов, из них: лекция – 2, самостоятельная работа – 4)

Возникновение и развитие научно-методической работы в библиотечном деле. Эволюция форм и методов научно-методической деятельности библиотек (советская, постсоветская, зарубежная модели). Основные направления научно-методической работы публичных библиотек. Внедрение технологий менеджмента и маркетинга в реализацию научно-методической деятельности библиотек в постсоветский период. Методические службы библиотек: история возникновения и современные тенденции развития (отдел библиотекосведения / отдел маркетинга и социокультурной деятельности / отдел библиотечного менеджмента / отдел методического мониторинга). Традиционные и инновационные подходы к реализации деятельности методических служб библиотек.

Методическое обеспечение деятельности библиотек – координационных и методических центров своих систем в современных условиях: сущность, цели, задачи. Стратегические направления методической деятельности (аналитическая и экспертная; консультационно-методическая помощь; методическое сопровождение инноваций и проектов; повышение квалификации и переподготовки кадров; развитие международных программ и проектов

сотрудничества; организация социального партнерства). Принципы методического обеспечения деятельности библиотек: научность, активность, рекомендательность, дифференцированный подход, непосредственная связь с библиотеками, оперативность, систематичность, плановость. Функции методической работы: информационная, педагогическая, научно-исследовательская, организаторская, инновационная. Перспективные тенденции развития методической работы библиотек – координационных и методических центров в цифровом пространстве. Методическая продукция библиотек.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (4 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Возникновение и развитие научно-методической работы в библиотечном деле.
2. Методические службы библиотек: история возникновения и современные тенденции развития.
3. Основные направления и принципы научно-методической работы библиотек – координационных и методических центров систем.
4. Функции методического обеспечения деятельности библиотек в современных условиях.

Литература для самостоятельного изучения

1. Авраева, Ю. Б. Библиотеки – методические центры: инициаторы профессионального развития : науч.-практ. пособие / Ю. Б. Авраева, Э. С. Очирова. – М. : Литера, 2009. – С. 7–28.
2. Акилина, М. И. Научно-методическая деятельность в библиотечной сфере: современные тенденции [Электронный ресурс] / М. И. Акилина // Библиотековедение. – 2016. – № 2. – С. 136–144. – Режим доступа: https://bibliotekovedenie.rsl.ru/jour/article/view/322?locale=ru_RU. – Дата доступа: 10.02.2024.
3. Ванеев, А. Н. Методическое обеспечение библиотечной деятельности : учеб. пособие / А. Н. Ванеев. – М. : Профиздат, 2000. – С. 3–24.
4. Пугачова, Н. Метадычна пайдтрымка бібліятэк Віцебскай вобласці: праблемы на шляху трансфармацыі / Н. Пугачова, В. Камендантава // Бібліятэчны свет. – 2023. – № 2. – С. 9–12.

Тема 2.2. Аналитическая и экспертная деятельность библиотек (6 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, самостоятельная работа – 2)

Методический мониторинг и аналитическая деятельность библиотеки. Методический мониторинг – система слежения за изменениями в библиотеках. Объекты и источники информации методического мониторинга. Информационно-поисковая система методического мониторинга (применение маркетинговой информационной системы). Обследование деятельности библиотек: цели, виды, анализ библиотечной практики. Методика обследования и составления обзоров

деятельности библиотек. Использование результатов аналитической деятельности библиотек в методическом обеспечении работы подведомственных библиотек.

Библиотечная статистика: цель, задачи, основные требования к представлению данных. Нормативная правовая регламентация статистической деятельности библиотек. Статистические показатели деятельности библиотек. Статистический учет результатов библиотечной деятельности. Основные учетные документы, используемые для получения статистических данных. База данных «Регістр устаноў культуры і мастацтва»: цель, задачи, правила заполнения и ведения. Библиотечная статистика: статистическая отчетность библиотек системы Министерства культуры, формы государственной статистики. Основные показатели деятельности библиотек. СТБ 7.20-2000 «Библиотечная статистика. Основные положения».

Использование библиотечной статистики в мониторинге результатов работы библиотек и принятии руководством управленческих решений, планировании деятельности библиотек и формировании промежуточной и итоговой отчетности, оценки эффективности работы библиотек в общем, и каждого структурного подразделения, в частности.

Осуществление статистического учета функционирования библиотек в Интернет-пространстве: инструменты для получения статистических данных и их системный анализ.

Экспертная деятельность библиотек – координационных и методических центров своих системы: цель, задачи. Основные направления экспертной деятельности: разработка и распространение методических рекомендаций по изучению и сохранению книжных памятников, разработке программ и проектов развития библиотеки (отдельных ее структурных подразделений), проведение научно-исследовательской деятельности и др.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (2 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Методический мониторинг: цель, задачи, инструментарий.
2. Обследование деятельности библиотек: цели, виды.
3. Осуществление статистического учета функционирования библиотек в Интернет-пространстве.

Литература для самостоятельного изучения

1. Ванеев, А. Н. Методическое обеспечение библиотечной деятельности : учеб. пособие / А. Н. Ванеев. – М. : Профиздат, 2000. – С. 25–48.

2. Дергилева, Т. В. Научно-методическая деятельность центральных библиотек : организация и приоритетные направления : учеб.-метод. пособие / Т. В. Дергилева ; науч. ред. Л. А. Кожевникова ; Гос. публич. науч.-техн. б-ка Сиб. отд-ния Рос. акад. наук. – Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2007. – С. 26–31.

3. Козлова, Т. Формулировать цели, ставить задачи, отвечать на запросы : размышления на основе мониторингов и действующих практик / Т. Козлова // Библиотека. – 2021. – № 5. – С. 17–20.

4. Руководство по осуществлению статистического учета функционирования библиотек в Интернет-пространстве / [В. В. Пшибытко, М. Г. Пшибытко, Н. Н. Замаева ; под общ. ред. А. А. Суши] ; Нац. б-ка Беларуси. – Минск : НББ, 2019. – С. 6–75.

5. Стрелкова, И. Б. Динамика развития библиотек: методический инструментарий : науч.-практ. пособие / И. Б. Стрелкова. – Минск : Беларуская навука, 2016. – С. 6–59.

Тема 2.3. Консультационно-методическая и научно-исследовательская деятельность библиотек – координационных и методических центров (6 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, самостоятельная работа – 2)

Библиотека как объект консультационно-методического обеспечения: организационно-функциональная структура, технология, локальная нормативно правовая документация.

Задачи и формы методического консультирования библиотекарей: устные консультации, письменные консультации, требования к ним. Дистанционное консультирование как вид консультативной деятельности. Общая методика подготовки и оказания консультационных услуг. Консультационная помощь библиотекам в освоении библиотечных новшеств. Организационная структура управленческого консультирования: функциональные услуги, библиотечный маркетинг, специальные услуги. Профессиональные требования к консультанту и этика методического консультирования.

Система методических изданий, выпускаемых методическими службами. Полнотекстовые версии профессиональных изданий на сайтах библиотек – координационных и методических центров своих систем.

Нормативно правовое сопровождение библиотечно-информационной, социокультурной, маркетинговой деятельности библиотек. Оказание помощи в разработке, утверждении и внедрении локальных нормативно правовых актов. Правовая защита библиотечного работника.

Методическое сопровождение научно-исследовательской деятельности библиотек. Исследовательская деятельность библиотек: сущность, значение и направления реализации в современных условиях. Методика исследований. Особенности применения отдельных исследовательских методов. Документирование исследовательской деятельности библиотек.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (2 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Задачи и формы методического консультирования библиотекарей.
2. Нормативно правовое сопровождение библиотечно-информационной, социокультурной, маркетинговой деятельности библиотек.
3. Методическое сопровождение научно-исследовательской деятельности библиотек.

Литература для самостоятельного изучения

1. Ванеев, А. Н. Методическое обеспечение библиотечной деятельности : учеб. пособие / А. Н. Ванеев. – М. : Профиздат, 2000. – С. 49–65.
2. Галковская, Ю. Н. Информационный рынок и его правовое обеспечение : учеб.-метод. комплекс / сост.: Ю. Н. Галковская ; Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск : БГУКИ, 2017. – С. 88–108, 115–119, 125–130.
3. Качанова, Е. Ю. Исследовательская деятельность библиотек: назначение, методика, документирование [Электронный ресурс] : практ. пособие / Е. Ю. Качанова ; М-во культуры Хабаров. края, КГБНУК «Дальневост. гос. науч. б-ка». – Хабаровск : Редакц.-издательский отдел ДВГНБ, 2012. – С. 6–51. – Режим доступа: https://www.fessl.ru/docs-downloads/02_17/KACHIDB.pdf. – Дата доступа: 10.02.2024.

Тема 2.4. Методическое обеспечения инновационной, проектной и издательской деятельности библиотек (6 часов, из них: лекция – 2, самостоятельная работа – 4)

Инновационные процессы в библиотеках: сущность, содержание, особенности протекания. Характеристика основных составляющих инновационного процесса: инициализация, возникновение, использование, распространение инноваций. Основные направления инновационного развития библиотек на современном этапе. Организационно-методическая поддержка инновационной деятельности публичных библиотек: цель, задачи, направления реализации. Библиотечно-библиографическое обслуживание пользователей, создание и продвижение библиотечно-информационных продуктов и услуг, маркетинговая и издательская деятельность, разработка и реализация социокультурных проектов, корпоративная и сервисная политика, грантовая деятельность библиотек как объекты методической поддержки. Организационно-методическая поддержка краеведческой деятельности библиотек. Методическое сопровождение библиотечных исследований в области внедрения и реализации инноваций. Роль методической работы в управлении инновационными процессами.

Проектные инновации: цель, задачи, направления реализации. Проект как результат творческо-производственной деятельности работника. Теоретические основы проектирования: проектирование и проект; социум (общество) и культура; приоритетные области и направления проектирования; цель и этапы; типы проектов; аудитория проекта, объект, предмет и субъект проектирования; задачи проектной деятельности; проект и программа как основные результаты проектирования; методы и формы проектирования; принципы проектирования.

Проектные инновации в библиотеках. Социокультурное проектирование в библиотеках как основа внедрения и реализации проектных инноваций. Особенности технологии социокультурного проектирования библиотечных проектов. Методы социокультурного проектирования. Основные этапы подготовки и реализации библиотечного проекта. Составление проектной документации. Презентация проектов. Проектная деятельность в библиотеках Беларуси.

Социальное партнерство. Его назначение и характеристика. Объективные и субъективные факторы его развития. Принципы и функции социального партнерства. Классификация его видов. Роль методических служб в развитии партнерских отношений библиотек с учреждениями науки, культуры и др.

Система методических изданий, выпускаемых методическими службами: сборники, методические пособия, информационно-аналитические, справочные материалы. Продолжающиеся профессиональные издания, выпускаемые в Республике Беларусь («Бібліятэчны свет», «Бібліятэчны веснік», «Вестник библиотек» и т.д., электронные издания). Методист как участник редакционно-издательского процесса. Требования к составлению методических пособий для библиотек.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (4 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Организационно-методическая поддержка инновационной деятельности библиотек.
2. Организационно-методическая поддержка проектной деятельности библиотек.
3. Организационно-методическая поддержка издательской деятельности библиотек.

Литература для самостоятельного изучения

1. Авраева, Ю. Б. Библиотеки – методические центры: инициаторы профессионального развития : науч.-практ. пособие / Ю. Б. Авраева, Э. С. Очирова. – М. : Литера, 2009. – С. 72–85.
2. Ванеев, А. Н. Методическое обеспечение библиотечной деятельности : учеб. пособие / А. Н. Ванеев. – М. : Профиздат, 2000. – С. 66–100.
3. От идеи до воплощения: методические рекомендации для библиотекарей по написанию проектов и программ [Электронный ресурс] / ГУК «Лиозненская ЦБС», отдел библиотечного маркетинга ; [сост. Т.М. Савчик]. – Лиозно, 2018. – 24 с. – Режим доступа: http://www.libliozno.of.by/uploads/b1/s/13/841/basic/0/367/Programma_i_proekt_-_sostavlenie.pdf?t=1584102392. – Дата доступа: 10.02.2024.
4. Проектная деятельность библиотек: секрет успеха: методические рекомендации [Электронный ресурс] / Гродненская городская центральная библиотека им. А. Макаёнка ; сост. и комп. набор Н. Ю. Наземцева. – Гродно, 2018. – 20 с. – Режим доступа: <https://centrbibl.grodno.by/files/izdanya/proectnayadeyatelnost.pdf>. – Дата доступа: 10.02.2024.

Тема 2.5. Профессионализация библиотечных кадров. Методическое сопровождение непрерывного образования библиотечных работников (4 часа, из них: практическое занятие – 2, самостоятельная работа – 2)

Роль методической работы в профессионализации библиотечных кадров. Научно-методическая деятельность библиотек – координационных и методических

центров по повышению квалификации библиотечных работников, развитию профессиональных компетенций в условиях расширения сферы их профессиональной деятельности. Организации профессиональных конкурсов, направленных на стимулирование библиотечных работников к новым достижениям, аккумулированию лучших образцов практической деятельности, обмен опытом. Организация профессиональных мероприятий научного и практического значения (конференции, семинары, круглые столы, вебинары и др.). Коллаборативные практики библиотек в области профессионализации библиотечных кадров: белорусский и мировой опыт.

Подготовка и опубликование в профессиональной периодической печати материалов методического характера, отражающих результаты научно-исследовательской деятельности, методического мониторинга, анализа и экспертной оценки деятельности библиотек, консультативной и практической помощи, являющихся ресурсной базой для профессионализации библиотечных кадров, определения их профессионализма и востребованности.

Самообразование библиотечных работников как условие их непрерывного профессионального образования. Использование профессионального видеоконтента для разработки практико-ориентированных программ повышения их квалификации, в том числе в режиме дистанционного обучения. Формы и методы самообразовательных практик библиотечных работников в цифровом пространстве.

Профессиональная подготовка библиотечных работников для выполнения функций методиста.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (2 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Профессиональное развитие персонала библиотек в условиях кадрового дефицита. Профессионализация библиотечных работников с непрофильным образованием.
2. Активные практики неформального повышения квалификации библиотечных работников. Использование профессионального видеоконтента в изучении инновационных форм развития библиотечно-информационной деятельности.
3. Формы и методы самообразовательных практик библиотечных работников в цифровом пространстве.

Литература для самостоятельного изучения

1. Барма, О. А. Самообразовательные практики библиотечных специалистов в цифровом пространстве [Электронный ресурс] / О. А. Барма // Книжная культура в цифровую эпоху : материалы Всерос. (с междунар. участием) науч.-практ. конф., Улан-Удэ, 24-25 нояб. 2022 г., Респ. Бурятия / Вост.-Сиб. гос. ин-т культуры ; [редкол.: Е. Ю. Перова (отв. ред.) и др.]. – Улан-Удэ, ВСГИК, 2023. – С. 89–99. – Режим доступа:

<http://repository.buk.by/handle/123456789/27980?show=full>. – Дата доступа: 10.02.2024.

2. Стрелкова, И. Б. Дополнительное профессиональное образование для руководителей и специалистов библиотек: практикоориентированный подход : учеб.-метод. пособие / И. Б. Стрелков – Минск : Беларуская навука, 2016. – С. 21–26.

3. Стрелкова, И. Б. Личный бренд: смена вектора профессионального развития / И. Б. Стрелков // Университетская книга. – 2018. – Окт. – С. 60–65.

4. Стрелкова, И. Б. Профессиональная переподготовка как условие развития кадрового потенциала библиотек и востребованности специалистов на рынке труда / И. Б. Стрелкова // Науч. и техн. биб-ки. – 2016. – № 3. – С. 85–91.

Тема 2.6. Международное сотрудничество в библиотечно-информационной сфере (4 часа, из них: практическое занятие – 2, самостоятельная работа – 2)

Политико-культурные связи и отношения в сфере международной библиотечной деятельности. ЮНЕСКО и ее роль в развитии всемирных информационных и культурных программ. ИФЛА и ее программы профессионального объединения библиотек мира. Международные (ведомственные) общественные библиотечные организации и их программы сотрудничества. Организационно-управленческая система межгосударственного библиотечного взаимодействия стран СНГ. Конференции, семинары, круглые столы как способ международного профессионального взаимодействия. Формы и методы профессиональной мобильности библиотечных работников.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (2 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Профессиональные мероприятия как способ международного профессионального взаимодействия.
2. Формы и методы профессиональной мобильности библиотечных работников в цифровом пространстве.

Литература для самостоятельного изучения

1. Борисова, А. А. Профессиональная коммуникация библиотечных специалистов: от традиционного к цифровому формату / А. А. Борисова, Ю. А. Переверзева // Библиотеки в информационном обществе: сохранение традиций и развитие новых технологий. Тема 2022 года «Библиотеки в системе информационных и социальных коммуникаций» : доклады V Междунар. науч. конф., Минск, 1-2 дек. 2022 г. / Государственное учреждение «Белорусская сельскохозяйственная библиотека им. И. С. Лупиновича» Национальной академии наук Беларуси ; редкол.: Ю. О. Каракулько (отв. ред.) [и др.]. – Минск : ИВЦ Минфина, 2022. – С. 121–130.

2. Игумнова, Н. П. Международная библиотечная деятельность как объект библиотечной политологии [Электронный ресурс] / Н. П. Игумнова // Библиосфера. – 2013. – № 1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnaya-bibliotchnaya-deyatelnost-kak-obekt-bibliotchnoy-politologii>. – Дата доступа: 10.02.2024.

3. Маслова, Ю. В. Организационно-сетевые аспекты коммуникации как условие формирования профессионального сообщества библиотечно-информационных специалистов региона [Электронный ресурс] / Ю. В. Маслова ; Казанский гос. ин-т культуры. – Казань, 2022. – С. 75–165. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47932052>. – Дата доступа: 10.02.2024.

4. Юрик, И. В. Профессиональные коммуникации библиотекарей в среде Web 2.0/ И. В. Юрик // Менеджмент вузовских библиотек. Роль библиотеки университета в формировании информационной культуры специалиста XXI века : материалы 12 Междунар. науч.-практ. конф., 12-14 октября 2011 г., Минск / БГУ ; Фундаментальная библиотека ; редкол.: П. М. Лапо (отв. ред.) [и др.] ; под науч. ред. А. В. Рубанова. – Минск : Изд. центр БГУ, 2012. – С. 193–200.

Тема 2.7. Научно-методическая деятельность библиотек в цифровом пространстве (4 часа, из них: практическое занятие – 2, самостоятельная работа – 2)

Влияние цифровой среды на содержательные и организационные преобразования методической деятельности библиотек – координационных и методических центров: районный, областной, республиканский уровни. Функционирование виртуальных представительств методических служб (библиотечные порталы, сайты, методические веб-страницы, профессиональные блоги, аккаунты в социальных сетях). Функции виртуальных методических служб (информационная – размещение и продвижение профессиональных новаций, методической продукции; коммуникационная – обеспечение профессионального интерактивного взаимодействия, обмена информацией; навигационная – предоставление ссылок на ресурсы, полезные библиотечным работникам; профессионально-ориентированная – содействие профессиональному развитию, повышению квалификации, развитию профессиональных компетенций). Консультационно-методическая помощь и методический мониторинг в онлайн режиме. Методические онлайн-услуги.

Социальные сети как источник размещения оперативной информации для профессионального использования библиотечным сообществом.

Методическая продукция библиотек: видовая и жанровая дифференциация. Унификация требований к отдельным видам и жанрам методической продукции. Аналитическая (аналитическая справка, доклад, отчет, описание опыта работы) и методическая (методические рекомендации) продукция библиотек. Инновационные формы представления методических продуктов библиотек (Интернет-путеводители, интерактивные навигаторы и др.). Способы представления методической продукции библиотек в цифровом пространстве.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (2 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Влияние цифровой среды на содержательные и организационные преобразования методической деятельности библиотек – координационных и методических центров.
2. Социальные сети как источник размещения оперативной методической информации для профессионального использования библиотечным сообществом.
3. Методическая продукция библиотек: видовая и жанровая дифференциация.

Литература для самостоятельного изучения

1. Дворовенко, О. В. Виртуализация методического сопровождения в библиотеках [Электронный ресурс] / О. В. Дворовенко, Е. И. Боброва // Трансформация библиотечно-информационной деятельности под воздействием цифровой среды / Л. Г. Тараненко, О. В. Дворовенко, С. В. Савкина [и др.] ; М-во культуры Рос. Федерации, Кемеров. гос. ин-т культуры. – Кемерово : КемГИК, 2021. – С. 170–214. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/310442>. – Дата доступа: 10.02.2024.

2. Дворовенко, О. В. Функции методических служб библиотек: результаты исследования [Электронный ресурс] / О. В. Дворовенко // Вестник Кемеров. гос. ун-та культуры и искусств. – 2023. – № 62. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsii-metodicheskikh-sluzhb-bibliotek-rezultaty-issledovaniya>. – Дата доступа: 10.02.2024.

3. Куликова, О. Ю. Сетевое взаимодействие библиотек в условиях ограничений: методические аспекты / О. Ю. Куликова // Румянцевские чтения – 2021 = The Rumyantsev readings – 2021 : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 21–23 апр. 2021 г. : [в 2 ч.] / Рос. гос. биб-ка, БАЕ ; [редкол.: В. В. Дуда и др. ; сост. Е. А. Иванова. – М., 2021. – Ч. 1. – С. 496–500.

4. Руководство по осуществлению статистического учета функционирования библиотек в Интернет-пространстве / [В. В. Пшибытко, М. Г. Пшибытко, Н. Н. Замаева ; под общ. ред. А. А. Суши] ; Нац. б-ка Беларуси. – Минск : НББ, 2019. – С. 5–73.

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ПО РАЗДЕЛУ МОДУЛЯ «НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БИБЛИОТЕК»

Проверка результатов самостоятельной работы слушателей осуществляется преподавателем во время проведения практических занятий, круглых столов и промежуточной аттестации слушателей.

Вопросы и задания по тематике самостоятельной работы включаются в материалы для промежуточной аттестации слушателей.

Форма промежуточной аттестации слушателей по разделу модуля – зачет, который проводится по вопросам к зачету в устной форме на 3 этапе обучения.

РАЗДЕЛ III БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

Тема 3.1. Сущность и социальные основы маркетинга. Библиотека в системе некоммерческого маркетинга (8 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, самостоятельная работа – 4)

Маркетинг как вид деятельности. Сущность и структура маркетинга: эволюция маркетинга, его виды и современная терминосистема. Основные концепции маркетинга. Инструментарий маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Функции, принципы, методы и средства маркетинга. Виды маркетинга. Базовые термины, применяемые для характеристики сферы деятельности маркетинга (рынок, товар, потребность, спрос, конкуренция). Основные понятия маркетинга и их сущностная характеристика (маркетинговая стратегия и тактика, маркетинговая концепция, маркетинговая программа, маркетинговое исследование, сегментирование рынка, «ниша» рынка, маркетинговые коммуникации, реклама).

Некоммерческий маркетинг, его цель, задачи, функции и возможности применения в библиотечно-информационной деятельности. Сфера применения некоммерческого маркетинга. Маркетинг отношений как построение отношений с потребителями: назначение и области применения. Социально-этический маркетинг, его значение и практическая значимость.

Маркетинг как современная концепция управления библиотекой. Взаимосвязь маркетинга с экономическими методами управления библиотекой. Маркетинговая политика библиотеки. Библиотека как участник рыночных отношений. Библиотека и информационный рынок.

Основные направления маркетинговой деятельности в контексте миссии и функций библиотек. Особенности комплекса маркетинга в библиотеках различных типов и видов.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (4 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Маркетинг как вид деятельности. Этапы развития маркетинга.
2. Некоммерческий маркетинг, его функции и значение.
3. Маркетинг как современная концепция управления сервисной деятельностью библиотеки.

Литература для самостоятельного изучения

1. Петушко, Н. Е. Библиотечный маркетинг : учеб.-метод. пособие / Н. Е. Петушко. – Минск : БГУКИ, 2010. – С. 7–15.
2. Ревякина, Н. С. Традиционные и инновационные виды библиотечного сервиса [Электронный ресурс] / Н. С. Ревякина // Kant. – 2015. – №4 (17). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/traditsionnye-i-innovatsionnye-vidy-bibliotechnogo-servisa>. – Дата доступа: 10.02.2024.
3. Резник, Г. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Г. А. Резник, А. А. Малышев. – Пенза: ПГУАС, 2014. – С. 272–284. – Режим доступа: <https://library.pguas.ru/xmlui/bitstream/handle>. – Дата доступа: 10.02.2024.

Тема 3.2. Маркетинговая среда библиотеки (12 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 4, самостоятельная работа – 6)

Маркетинговая среда: понятие, сущность, структура. Маркетинговая среда библиотеки. Факторы макросреды библиотеки: демографический, политико-правовой, экономический, экологический, технологический, социально-культурный и др. Влияние внешней среды на эффективность деятельности библиотеки, ее миссию, цели и задачи. Государственная политика в области библиотечно-информационной деятельности. Библиотека как субъект государственной и региональной культурной политики.

Микросреда библиотеки: реальные и потенциальные пользователи, поставщики, конкуренты, посредники, контактные аудитории (финансовые структуры, общественные организации, средства массовой информации, местные органы власти, персонал библиотеки и др.). Особенности маркетинговой библиотечной среды.

Комплекс маркетинга в библиотеке. Элементы классического маркетингового комплекса и его применения в библиотечной практике: товар/услуга, цена, сбыт, продвижение товара к пользователю. Дополнительные элементы комплекса маркетинга для сферы услуг: персонал, физическая среда, процесс.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (6 часов)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Маркетинговая среда: понятие, структура, место в системе библиотечно-информационного маркетинга.

2. Микросреда библиотеки: реальные и потенциальные пользователи, поставщики, конкуренты, посредники, контактные аудитории.
3. Макросреда библиотеки: определение, факторы.

Литература для самостоятельного изучения

1. Абалакова, О. В. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / О. В. Абалакова. – Кемерово : КемГИК, 2015. – С. 16–60. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/79365>. – Дата доступа: 10.02.2024.
2. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности : учеб. / В. В. Брежнева, Н. Ю. Дементьева, Н. В. Жадько [и др.] ; науч. ред. В. К. Клюев. – СПб. : Профессия, 2017. – С. 41–45.
3. Петушко, Н. Е. Библиотечный маркетинг : учеб.-метод. пособие / Н. Е. Петушко. – Минск : БГУКИ, 2010. – С. 31–58.
4. Сулова, И. М. Практический маркетинг в библиотеках: учеб.-метод. пособие / И. М. Сулова. – М. : Либерия, 2004. – С. 71–78.

Тема 3.3. Маркетинговые исследования в библиотеке (14 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, деловая игра – 4, самостоятельная работа – 6)

Значение маркетинговых исследований в формировании маркетинговой информационной системы библиотеки. Цели, задачи, значение маркетинговых исследований в библиотечно-информационной деятельности. Отличия маркетинговых исследований от других маркетинговых информационных систем (мониторинга, маркетинговой разведки). Технология маркетингового исследования. Этапы маркетингового исследования. Выявление проблем и формулирование целей исследования. Объекты маркетинговых исследований, проводимых в библиотеке. Отбор источников информации. Вторичные данные. Первичные данные. Методы маркетингового исследования. Качественные маркетинговые исследования, их значение, методика (изучение мнений экспертов, фокус-группы, анализ конкретной ситуации, проекционный метод). Количественные маркетинговые исследования, значение, методика (описательное исследование, опрос, анкетирование, интервью). Анализ собранной информации. Представление полученных результатов. Использование результатов маркетингового исследования в решении стратегических и тактических задач библиотеки.

Сценарий деловой игры «Маркетинговые исследования в библиотеке»

Деловая игра предполагает условное деление учебной группы на подгруппы в количестве 6–8 человек.

Цель деловой игры – сформировать профессиональные навыки и умения по организации и проведению исследований в библиотеке.

Задание: разработать план проведения исследований по выбранной теме, который включает:

1. Теоретический этап:
формулировка проблемы;

выбор объекта и предмета исследования;
формулирование целей и задач;
уточнение и интерпретация ключевых, понятий;
системный анализ;
выдвижение гипотез.

2. Эмпирический этап:

разработка инструментария: анкет, опросов;
полевой этап, сбор информации;
обработка, интерпретация;
отчет, рекомендации.

На подготовительном этапе решаются вопросы как организационные, так и связанные с предварительным изучением содержательного материала игры.

Итогом деловой игры является создание каждой подгруппой сценария по организации и проведению исследования, обсуждение его слабых и сильных сторон в группе.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (6 часов)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Цели, задачи, значение маркетинговых исследований в библиотечно-информационной деятельности.
2. Технология маркетингового исследования. Этапы маркетингового исследования.
3. Использование результатов маркетингового исследования в решении стратегических и тактических задач библиотеки.

Литература для самостоятельного изучения

1. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности: учеб. / В. В. Брежнева, Н. Ю. Дементьева, Н. В. Жадько и др. ; науч. ред. В. К. Ключев. – СПб. : Профессия, 2017. – С. 59–95.
2. Паршукова, Г. Б. Маркетинговые основания в библиотечной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Г. Б. Паршукова ; ГПНТБ СО РАН. – Новосибирск, 2005. – С. 33–67. – Режим доступа: <http://www.spsl.nsc.ru/fulltext/UCHEBNIKI/uchebn08.pdf>. – Дата доступа: 10.02.2024.

Тема 3.4. Планирование маркетинговых мероприятий (10 часов, из них: лекция – 2; практическое занятие – 4, самостоятельная работа – 4)

Маркетинговые мероприятия: цель, задачи, виды и типы. Роль маркетинговых мероприятий в реализации стратегии развития библиотеки. Жизненный цикл маркетинговых мероприятий. Стратегическое планирование маркетинговых мероприятий.

Стратегическое планирование маркетинговых мероприятий: понятие, этапы. Процесс создания стратегического плана (макропланирование). Основные элементы стратегического плана и их взаимодействие (определение

миссии библиотеки; определение целей; стратегический аудит; SWOT-анализ; составление приор-портфеля библиотеки и определение стратегии плана). Процесс управления маркетинговыми мероприятиями (микропланирование) (стратегический план библиотеки; претворение в жизнь маркетинговых мероприятий). Контроль за осуществлением маркетинговых мероприятий (формулировка целей; анализ результатов деятельности библиотеки; корректирующие действия).

Бизнес-планирование – вид планирования, направленный на привлечение финансирования со стороны инвестора. Направления бизнес-плана (внутреннее и внешнее). Структура бизнес-плана.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (4 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности библиотеки: понятие, этапы.
2. Swot-анализ маркетинговой политики библиотеки: цель и задачи.
3. Бизнес-планирование – как вид планирования, направленный на привлечение финансирования со стороны инвестора.

Литература для самостоятельного изучения

1. Нестеренко, Т. С. Swot-анализ деятельности библиотеки как основа стратегического управления [Электронный ресурс] / Т. С. Нестеренко // ОмГТУ. – 2012. – № 4. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/swot-analiz-deyatelnosti-biblioteki-kak-osnova-strategicheskogo-upravleniya>. – Дата доступа: 10.02.2024.
2. Переверзева, Ю. А. Функциональные особенности библиотечного фандрейзинга: теоретико-методический аспект / Ю. А. Переверзева // Библиотеки в информационном пространстве: синтез традиций и инноваций: сб. науч. ст. / Национальная академия наук Беларуси, ЦНБ им. Я.Коласа; ред. РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ 83 кол. : Л. А. Авгуль [и др.]. – Мн. : Красико-Принт, 2007. – С. 21–24.
3. Петушко, Н. Е. Библиотечный маркетинг : учеб.-метод. пособие / Н. Е. Петушко. – Минск : БГУКИ, 2010. – С. 67–82.

Тема 3.5. Ценовая политика библиотеки (6 часов, из них: лекция – 2, самостоятельная работа – 4)

Разработка ценовой политики маркетинга, выбор приоритетов. Разработка ценовой стратегии библиотеки. Методы ценообразования: начисление наценки на себестоимость (средние издержки плюс прибыль); расчет с обеспечением целевой прибыли; расчет, исходя из ценности услуги; расчет на основе текущих цен. Учет психологии ценовосприятия пользователей библиотеки. Основные этапы, обеспечивающие процесс ценообразования: установление целей ценовой политики (повышение рентабельности; увеличение рыночной доли; адаптация к рынку; максимизация прибыли; обеспечение «выживаемости» или др.); оценка

спроса на информационную продукцию; анализ затрат; изучение цен и продукции конкурентов; выбор метода ценообразования; установление цены на товар или услугу (с учетом психологии ценовосприятия; стадии жизненного цикла информационного продукта или услуги; необходимости внедрения на рынок; возможности использования скидок).

Фандрайзинг, сущность, значение, формы и направления. Краудфандинг как способ коллективного финансирования библиотечных проектов. Возможные формы дополнительной ресурсной поддержки библиотечно-информационной деятельности. Спонсоринг: поиск и выбор библиотекой источников ресурсной помощи (ресурсных доноров); благотворителей (меценаты) и спонсоров. Мотивы благотворительности, их учет и реализация библиотекой. Взаимоотношения библиотеки со спонсорами как вариант некоммерческого партнерства.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (4 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Разработка ценовой стратегии библиотеки.
2. Учет психологии ценовосприятия пользователей библиотеки.
3. Фандрайзинг, сущность, значение, формы и направления.
4. Краудфандинг как способ коллективного финансирования библиотечных проектов.

Литература для самостоятельного изучения

1. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности : учеб. / В. В. Брежнева, Н. Ю. Дементьева, Н. В. Жадько [и др.] ; науч. ред. В. К. Клюев. – СПб. : Профессия, 2017. – С. 120–150.

Пераверзева, Ю. А. Фінансава-эканамічная дзейнасць бібліятэк: вучэб.-метад. дапам. / Ю. А. Пераверзева. – Мінск : Бел. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў, 2009. – С. 85–92.

Клюев, В. К. Основы инициативной хозяйственной деятельности библиотеки: учеб. пособие / В. К. Клюев. – М. : Моск. гос. ун-т культуры, 1998. – С. 19–24, 41–49.

Тема 3.6. Реклама библиотечных продуктов и услуг (14 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 4, деловая игра – 4, самостоятельная работа – 4)

Продвижение библиотеки, ее услуг и информационной продукции как комплекс мероприятий, включающий: рекламу, Public relations, стимулирование сбыта, прямой маркетинг.

Реклама информационной продукции: функции (информирование о новых информационных продуктах и услугах, поддержание интереса к существующим, формирование спроса на информационную продукцию и др.); специфика рекламы информационной продукции, обусловленная особенностями информации как товара. Средства рекламы информационной продукции. Методика подготовки рекламных сообщений с учетом особенностей целевой аудитории.

Public relations как инструмент формирования положительного образа библиотеки. Public relations в деятельности библиотек: цель, задачи, направления деятельности. Средства Public relations.

Стимулирование сбыта. Его преимущества в сфере маркетинга информационных продуктов и услуг. Формы: предоставление дополнительных сервисных услуг, бесплатные раздачи образцов, купоны, экспозиции и демонстрации, выставки-продажи и др. Специфика стимулирования сбыта в области некоммерческого маркетинга.

Прямой маркетинг, базирующийся на инициативном предложении со стороны производителя (продавца) конкретного товара или услуги потенциальному потребителю.

Сценарий деловой игры «Рекламная кампания в библиотеке»

Деловая игра предполагает условное деление учебной группы на подгруппы в количестве 6–8 человек.

Цель деловой игры – сформировать профессиональные навыки и умения по разработке рекламной кампании в библиотеке.

Задание: подготовить детализированный план разработки рекламной кампании в библиотеке по выбранной теме, который включает:

- анализ маркетинговой ситуации;
- определение цели рекламной кампании;
- определение целевой аудитории;
- творческая рекламная стратегия, разработка идеи и образа;
- разработка рекламного бюджета;
- медиапланирование, выбор средств распространения;
- изготовление рекламного продукта (оригинал-макет);
- предтестирование;
- коррекция;
- изготовление и размещение рекламного продукта;
- оценка результатов.

На подготовительном этапе решаются вопросы как организационные, так и связанные с предварительным изучением содержательного материала игры.

Итогом деловой игры является создание каждой подгруппой плана разработки рекламной кампании в библиотеке, обсуждение его слабых и сильных сторон в группе.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (4 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Продвижение библиотеки, ее услуг и информационной продукции как комплекс мероприятий.
2. Реклама информационной продукции в Интернет-пространстве.
3. Методика подготовки рекламных сообщений с учетом особенностей целевой аудитории библиотеки.
4. Формирование положительного образа библиотек посредством рекламных технологий.

Литература для самостоятельного изучения

1. Горячева, Е. Технология создания рекламного сообщения / Е. Горячева // Библиотэка прапануе. – 2013. – № 7. – С. 29–32.
2. Гудко, Н. Запрашаем на ВООКланч!: рэклама бібліятэчных паслуг / Н. Гудко // Библиотэка прапануе. – 2013. – № 10. – С. 8–9.
3. Ковальчук, Т. Виды и формы современной библиотечной рекламы, или как привлечь детей к чтению / Т. Ковальчук // Библиотэка прапануе. – 2017. – № 4. – С. 4–9.
4. Кузакова, Е. В. «Таким фасадом никого не удивишь...»: имидж библиотеки как фактор инновационного развития / Е. В. Кузакова // Современная библиотека. – 2012. – № 2. – С. 24–27.
5. Кунцэвіч, С. Рэклама ў бібліятэцы / С. Кунцэвіч // Библиотэчны свет. – 2016. – № 6. – С. 19–21.
6. Протопопова, Е. Э. Описание рекламного продукта: практические советы / Е. Э. Протопопова // Мир библиографии. – 2011. – № 3. – С. 38–45.
7. Шаламова, Г. Уметь рассказать о себе / Г. Шаламова // Библиотека. – 2013. – № 5. – С. 15–21.

Тема 3.7. Бренд, имидж и фирменный стиль библиотеки (10 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, деловая игра – 2, самостоятельная работа – 4)

Бренд: сущность, основные характеристики, классификация. Основные подходы к понятию «бренд». Виды брендов. Атрибуты бренда. Характеристики бренда.

Библиотека как бренд. Понятие «бренд библиотеки». Критерии бренда библиотеки. Принципы брендинга библиотеки. Функции бренда библиотеки: экономическая, социально-политическая и духовная. Содержательные характеристики бренда библиотеки: функциональные (назначение), индивидуальные (ценность), социальные (уважение), коммуникативные (контакт).

Основные этапы разработки бренда библиотеки: анализ, проектирование, реализация. Отражение уникальности деятельности библиотеки в стратегии брендинга. Нейминг библиотеки как составляющая бренда библиотеки.

Основные элементы бренда библиотеки (физические характеристики, имя, слоган, логотип, фирменный стиль, персонажи, реклама, цветовые сочетания, фирменные шрифты, музыка и др.). Ребрендинг и рестайлинг библиотеки.

Разработка плана продвижения бренда библиотеки. Основные средства и особенности рекламы бренда библиотеки. Субъекты, влияющие на формирование бренда библиотеки.

Имидж библиотеки. Определения понятий «идеальный», «зеркальный», «реальный» имидж. Влияние PR и рекламной деятельности на имидж библиотеки. Организация специальных мероприятий, поддерживающих имидж библиотеки.

Понятие фирменного стиля бренда библиотеки. Фирменный стиль библиотеки как важная составляющая ее имиджа. Определение содержания и элементов фирменного стиля библиотеки. Цветовые, графические, словесные, типографские, дизайнерские элементы фирменного стиля библиотеки. Деловой стиль одежды сотрудников библиотеки как составная часть фирменного стиля библиотеки.

Сценарий деловой игры «Брендинг библиотеки»

Деловая игра предполагает условное деление учебной группы на подгруппы в количестве 6–8 человек.

Цель деловой игры – сформировать профессиональные навыки и умения по разработке брендинга библиотеки.

Задание: смоделировать этапы брендинга библиотеки:

Подготовительный этап:

выбор и определение брендируемой библиотеки, определение творческой группы разработчиков (отделы библиотеки, сотрудники, привлечение других организаций и др.).

Аналитический этап:

анализ внешней среды для брендирования библиотеки (уникальность территории; изучение существующих брендов библиотек; выявление потребности на бренд библиотеки среди местного сообщества (социологические исследования, опросы); ценности местного сообщества, влияющие на восприятие библиотеки как бренда; анализ социально-экономической ситуации в регионе, формирующей спрос на бренд библиотеки);

анализ потенциала библиотеки, ее уникальности.

Проектирование:

постановка целей и задач брендинга;
составление плана мероприятий; выделение направлений деятельности брендинга;
поиск дополнительных источников финансирования (при необходимости);
постановка сроков реализации.

Реализация:

презентация программы брендирования для местного сообщества, реализация мероприятий.

Оценочный этап:

подведение результатов мероприятий по брендированию библиотеки (посещаемость мероприятий, обращение к ресурсам и др.);

оценка эффективности бренда библиотеки: как брендинг повлиял на узнаваемость библиотеки, ее представленность в информационном пространстве; увеличилось ли внимание к библиотеке и частота обращений к ней; удалось ли привлечь новых партнеров или потенциальных инвесторов и др.

На подготовительном этапе решаются вопросы как организационные, так и связанные с предварительным изучением содержательного материала игры.

Итогом деловой игры является создание каждой подгруппой плана по разработке брендинга библиотеки.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (4 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Принципы и функции брендинга библиотеки.
2. Основные этапы разработки бренда библиотеки.
3. Основные элементы бренда библиотеки.
4. Основные средства и особенности рекламы бренда библиотеки.

Литература для самостоятельного изучения

1. Быстрова, Е. С. К разработке понятий «бренд библиотеки», «ценностное отношение к библиотеке как бренду» / Е. С. Быстрова // Научные труды Республиканского института высшей школы: сб. науч. ст. – Минск : РИВШ, 2022. – С. 46–55.

2. Попова, А. М. Технология создания бренда библиотеки [Электронный ресурс] / А. М. Попова // Тамбовский гос. ун-т им. Г. Р. Державина : [официальный сайт]. – Режим доступа: http://www.tsutmb.ru/nayk/nauchnyie_meropriyatiya/int_konf/vseross/5_probremi_inform_i_doc_obespechenia/sekcziya_4_informacionnyie_tehnologii_v_dou_i_bid/t. – Дата доступа: 10.02.2024.

3. Прасолова, П. С. Бренд и знак обслуживания библиотеки: общее и особенное / П. С. Прасолова // Библиотековедение. – 2021 – № 70 (6). – С. 655–665.

4. Стрелкова, И. Б. Личный бренд: смена вектора профессионального развития / И. Б. Стрелкова // Университетская книга. – 2018. – № 10. – С. 32–37.

5. Стрелкова, И. Б. Формирование персонального «Я-бренда» библиотечного специалиста : программа действий и немножко волшебства / И. Б. Стрелкова // Библиотека прапануе. – 2016. – № 4. – С. 20–22.

Тема 3.8. Социальные сети и цифровой маркетинг как инструмент продвижения библиотеки, ее товаров и услуг (10 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 4, самостоятельная работа – 4)

Современные тенденции использования цифрового маркетинга в продвижении деятельности библиотек. Каналы и инструменты цифрового маркетинга. Основные инструменты цифрового маркетинга, применяемые

в библиотечно-информационной сфере (контекстная реклама, таргетированная реклама, SMM (social media marketing), SMO, SEO-продвижение, email-маркетинг, веб-аналитика, контентмаркетинг, QR-код). Маркетинговая деятельность библиотек в социальные сети. Ведение аккаунта библиотеки в социальных сетях. Продвижение библиотеки в социальных сетях. Основные социальные сети для реализации маркетинговой деятельности библиотек: ВКонтакте, Инстаграм, Фейсбук, Тик-ток, Одноклассники. Алгоритмы продвижения библиотеки в социальных сетях. Приложения сети ВКонтакте как инструмент продвижения библиотеки и ее услуг. Работа со статистикой аккаунта библиотеки в социальных сетях. Сервисы Google Analytics и Яндекс.Метрика и др. Контент-маркетинг. Функции контента как актива профиля библиотеки в социальной сети. Основные виды контента: продающий, информационный, познавательный, развлекательный, комбинированный. Экспертный контент: понятие, функции, значение, основные формы (презентация, вебинар, статья, кейс, инфографика, исследование, обучающее видео) и их использование в продвижении аккаунтов библиотек. Основные форматы контента в социальных медиа (текст, видео, аудио, изображение). Популярные и динамично развивающиеся виды библиотечного контента: сториз, подкасты, прямые эфиры, и их использование в работе библиотек. Основные способы увеличения охвата пользователей и их вовлеченность в аккаунты библиотек. Создание и распространение пресс-релизов в онлайн-медиа.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (4 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Ведение аккаунта библиотеки в социальных сетях как одна из стратегий популяризации и продвижения библиотечных продуктов и услуг.
2. Основные виды контента: продающий, информационный, познавательный, развлекательный, комбинированный.
3. Популярные и динамично развивающиеся виды библиотечного контента: сториз, подкасты, прямые эфиры.
4. Основные способы увеличения охвата пользователей и их вовлеченность в аккаунты библиотек.

Литература для самостоятельного изучения

1. Рыхторова, А. Е. Применение маркетинговых технологий для повышения активности подписчиков библиотечных социальных сетей [Электронный ресурс] / А. Е. Рыхторова // Библиосфера. – 2021. – № 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-marketingovyh-tehnologiy-dlya-povysheniya-aktivnosti-podpischikov-bibliotечnyh-sotsialnyh-setey>. – Дата доступа: 10.02.2024.
2. Савкина, С. В. Технология подготовки мультимедийных библиотечных продуктов [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. В. Савкина. – Кемерово : КемГИК, 2021. – С. 18–58. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/25071>. – Дата доступа: 10.02.2024.

3. Свергунова, Н. М. Подкастинг как инструмент реализации гуманистической миссии библиотеки [Электронный ресурс] / Н. М. Свергунова, О. А. Барма // Науч. и техн. б-ки. – 2022. – № 11. – С. 97–119. – Режим доступа: <https://ntb.gpntb.ru/jour/article/view/1039>. – Дата доступа: 10.02.2024.

4. Создание аудиогидов на базе сервиса izi.TRAVEL : инструкция [Электронный ресурс] / Иркут. обл. гос. универс. науч. б-ка им. И. И. Молчанова-Сибирского ; сост. Е. Л. Воробьева. – Иркутск : ИОГУНБ, 2017. – Режим доступа: <https://www.irklib.ru/nmo/Izittravel.pdf>. – Дата доступа: 10.02.2024.

5. Учреждения культуры в медиасреде: метод. реком. [Электронный ресурс] / под ред. Н. В. Костюк, Л. Г. Тараненко, О. В Дворовенко ; Кемеровский гос. ин-т культур. – Кемерово : КемГИК, 2022. – Режим доступа: <https://ozm.kemgik.ru/media>. – Дата доступа: 10.02.2024.

6. Цифровые ресурсы учреждений культуры и искусства: метод. реком. [Электронный ресурс] / под ред. В. В. Мишовой, И. Л. Скипор. – Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2022. – Режим доступа: <https://ozm.kemgik.ru/digitaltech>. – Дата доступа: 10.02.2024.

Тема 3.9. Маркетинговое подразделение в структуре управления библиотекой (6 часов, из них: практическое занятие – 2, самостоятельная работа – 4)

Маркетинговое подразделение (отдел, сектор) в структуре библиотеки: цели, задачи, функции. Основные направления деятельности подразделения маркетинга: изучение потребностей пользователей; выявление партнеров и конкурентов; анализ характера, объема и ресурсного обеспечения библиотечно-информационного обслуживания; формирование системы взаимодействия с книжным рынком и т. д. Место подразделения маркетинга в системе управления библиотекой, формирования ее конкурентоспособности на региональном/национальном информационном рынке. Взаимодействие подразделения маркетинга с другими подразделениями библиотеки, с ключевыми элементами внешней среды. Кадровый состав подразделения маркетинга. Система подготовки, переподготовки, повышения квалификации сотрудников маркетинговых подразделений.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (4 часа)

С использованием рекомендуемой литературы изучить следующие вопросы:

1. Маркетинговая служба (отдел, сектор) в структуре библиотеки: цели, задачи, функции.
2. Основные направления деятельности службы маркетинга.
3. Место службы маркетинга в системе управления библиотекой.
4. Кадровый состав службы маркетинга.

Литература для самостоятельного изучения

1. Генова, А. С. Современные технологии библиотечного маркетинга. Медиапродвижение и медиасопровождение деятельности библиотек [Электронный ресурс] / А. С. Генова // Информационный бюллетень РНТБ. – 2023.

- № 1. – Режим доступа: <https://rlst.by/informational-resources/izdania/ib-1-2023/sovremennye-tehnologii-bibliotechnogo-marketinga>. – Дата доступа: 10.02.2024.
2. Максименко, Ю. И. Положение об отделе библиотечного маркетинга – документ, определяющий стратегию и тактику деятельности отдела, библиотеки, ЦБС / Ю. И. Максименко // Библиотечное дело – XXI век. – 2002. – № 1. – С. 211–216.
3. Мешалкина, Ю. В. Организация и развитие библиотечной маркетинговой службы / Ю. В. Мешалкина // Библиотековедение. – 2010. – № 5. – С. 30–36.
4. Мешалкина, Ю. В. Центральная маркетинговая служба библиотек г. Москвы: функции, задачи и особенности организации [Электронный ресурс] / Ю. В. Мешалкина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2020. – № 3. – С. 70–76. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=43817566>. – Дата доступа: 10.02.2024.
5. Петушко, Н. Е. Библиотечный маркетинг : учеб.-метод. пособие / Н. Е. Петушко. – Минск : БГУКИ, 2010. – С. 107–113.

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ПО РАЗДЕЛУ МОДУЛЯ «БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ»

Проверка результатов самостоятельной работы слушателей осуществляется преподавателем во время проведения практических занятий, круглых столов и промежуточной аттестации слушателей.

Вопросы и задания по тематике самостоятельной работы включаются в материалы для промежуточной аттестации слушателей.

Форма промежуточной аттестации слушателей по разделу модуля – экзамен, который проводится по экзаменационным билетам в устной форме на 4 этапе обучения.

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ СЛУШАТЕЛЕЙ

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО РАЗДЕЛУ МОДУЛЯ «БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

1. Аттестация руководителей и библиотечных работников: цель, задачи, порядок проведения и оформления результатов.
2. Белорусская библиотечная ассоциация: цель, задачи, основные направления деятельности.
3. Библиотека как сложная системная организация. Ключевые элементы библиотеки как сложной системы.
4. Библиотечная отрасль как объект управления. Сущность управления библиотечным делом в Республике Беларусь.
5. Ведомственное управление библиотечно-информационной деятельностью в Республике Беларусь.
6. Взаимосвязь понятий «руководство», «управление», «менеджмент»: общее и частное.
7. Виды управленческих решений. Методы принятия управленческих решений руководителем библиотеки.
8. Государственные структуры управления библиотечным делом Республики Беларусь, их роль и функции.
9. Диверсификация менеджмента библиотечно-информационной деятельности.
10. Должностная инструкция библиотечного работника: цель, задачи, структура.
11. Единый квалификационный справочник должностей служащих. Выпуск 30. Должности служащих, занятых в культуре и искусстве.
12. Иерархичность звеньев управления публичной библиотекой: цель и задачи.
13. Инновационные практики стратегического управления библиотекой.
14. Информационный механизм менеджмента в управленческой деятельности руководителя библиотеки.
15. Кадровый менеджмент в управленческой деятельности руководителя библиотеки.
16. Коллегиальные и совещательные органы в структуре управления библиотекой.
17. Контроль в системе управления деятельностью библиотеки.
18. Концепции и этапы стратегического управления библиотекой.
19. Материальное стимулирование деятельности библиотечных работников.
20. Нормативно правовой механизм менеджмента и его применение в регулировании деятельности библиотеки.
21. Организационная структура библиотеки и ее взаимосвязь со структурой управления.

22. Организационные формы коммуникации в библиотеке. Методика их организации и проведения.
23. Организация повышения квалификации библиотечных работников как неотъемлемая часть увеличения кадрового потенциала библиотеки.
24. Органические и механистические системы управления библиотекой.
25. Особенности организации управления в централизованных библиотечных системах.
26. Особенности управления библиотекой в условиях ресурсной ограниченности.
27. Отчетная документация библиотеки: этапы сбора информации и способы представления.
28. Планирование деятельности библиотеки как основа библиотечно-информационного менеджмента.
29. Положение о структурных подразделениях библиотеки: цель, задачи, структура.
30. Понятие миссии библиотеки и пути ее реализации.
31. Понятие ресурсов и средств, их роль в регулировании библиотечной деятельности. Классификация библиотечных ресурсов.
32. Применение организационно-административных механизмов менеджмента в управлении библиотекой.
33. Применение организационно-экономических механизмов менеджмента в управлении библиотекой.
34. Применение социально-психологических механизмов менеджмента в управлении библиотечным коллективом.
35. Применение технологий тайм-менеджмента и стресс-менеджмента в управлении библиотечным коллективом.
36. Проектная деятельность как инструмент для развития стратегического управления библиотекой.
37. Развитие тесного взаимодействия профессионального библиотечного сообщества с государственными и местными органами управления библиотечным делом.
38. Разделение обязанностей между структурными подразделениями: цель, задачи, особенности реализации.
39. Разделение управленческого труда в библиотеке: системный подход.
40. Разработка стратегических направлений развития структурных подразделений библиотеки.
41. Распределение обязанностей между библиотечными работниками как условия эффективности реализации функций библиотеки, ее структурных подразделений.
42. Реализация принципов управления библиотекой в контексте государственной культурной политики.
43. Ресурсное обеспечение функционирования библиотеки: особенности, источники и средства ресурсного развития.
44. Роль Министерства культуры Республики Беларусь в реализации государственной политики в деятельности публичных библиотек.

45. Роль областных, городских, районных библиотек в управлении библиотечной сетью.
46. Роль стратегии в регулировании управленческой, технологической, маркетинговой, научно-методической, сервисной деятельности библиотеки.
47. Роль руководителя в системе управления библиотеки: личностный и профессиональный аспект.
48. Система статистических показателей и единиц учета в библиотечном деле.
49. Современные принципы управления библиотечным делом.
50. Стили руководства трудовым коллективом и их применение в практике библиотечного менеджмента.
51. Технологии разработки стратегии и тактики управления библиотекой.
52. Технологии формирования положительного социально-психологического климата в библиотечном коллективе.
53. Управленческая информация в библиотеке и каналы ее распространения.
54. Уровни и виды управления библиотечным делом Республики Беларусь.
55. Устав библиотеки: цель, задачи, структура.
56. Факторы, влияющие на организацию управления библиотекой.
57. Формирование и развитие организационной культуры библиотеки.
58. Формирование и развитие школ классического менеджмента: особенности и современное значение.
59. Формирование концепции менеджмента библиотечно-информационной деятельности.
60. Функции библиотечных советов и комиссий, созданных при библиотеках, в управлении библиотечно-библиографическими процессами.
61. Характеристика основных функций управления библиотекой как сложной системной организацией.
62. Цель, основные задачи и функции кадрового менеджмента в библиотеке.

Обсуждены и одобрены на заседании кафедры культурологии и психолого-педагогических дисциплин Института повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств». Протокол заседания от 13.02.2024 № 2.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ ПО РАЗДЕЛУ МОДУЛЯ «НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БИБЛИОТЕК»

1. База данных «Регістр устаноў культуры і мастацтва»: цель, задачи, правила заполнения и ведения.
2. Библиотека как объект консультационно-методического обеспечения: организационно-функциональная структура, технология, локальная нормативно правовая документация.
3. Библиотечная статистика: цель, задачи, основные требования к представлению данных.
4. Влияние цифровой среды на содержательные и организационные преобразования методической деятельности библиотек – координационных и методических центров.
5. Консультационно-методическая помощь и методический мониторинг в режиме онлайн. Методические онлайн-услуги.
6. Конференции, семинары, круглые столы как способ международного взаимодействия библиотечных работников.
7. Международная Федерация библиотечных ассоциаций и учреждений и ее программы профессионального объединения библиотечных работников.
8. Международные (ведомственные) общественные библиотечные организации и их программы сотрудничества. Белорусская библиотечная ассоциация.
9. Методическая продукция библиотек: видовая и жанровая дифференциация. Способы представления в цифровом пространстве.
10. Методические службы библиотек: история возникновения и современные тенденции развития.
11. Методический мониторинг – система слежения за изменениями в библиотеках. Объекты и источники информации методического мониторинга.
12. Методическое обеспечение деятельности библиотек – координационных и методических центров своих систем в современных условиях: сущность, цели, задачи.
13. Методическое сопровождение библиотечных исследований в области внедрения и реализации инноваций.
14. Методическое сопровождение научно-исследовательской деятельности библиотек.
15. Обследование деятельности библиотек: цели, виды, анализ библиотечной практики. Методика обследования и составления обзоров деятельности библиотек.
16. Общая методика подготовки и оказания консультационных услуг.
17. Организации профессиональных конкурсов, направленных на стимулирование библиотечных работников к новым достижениям, аккумулированию лучших образцов практической деятельности, обмен опытом.
18. Организационно-методическая поддержка инновационной деятельности публичных библиотек: цель, задачи, направления реализации.

19. Организационно-методическая поддержка краеведческой деятельности библиотек.
20. Организация профессиональных мероприятий научного и практического значения: этапы организации и проведения.
21. Основные направления научно-методической работы публичных библиотек.
22. Роль методической работы в профессионализации библиотечных кадров.
23. Самообразование библиотечных работников как условие их непрерывного профессионального образования.
24. Социальные сети как источник размещения методической информации для профессионального использования библиотечным сообществом.
25. Способы представления методической продукции библиотек в цифровом пространстве.
26. Статистические показатели деятельности библиотек. Статистический учет результатов библиотечной деятельности. Основные учетные документы, используемые для получения статистических данных.
27. Традиционные и инновационные подходы к реализации деятельности методических служб библиотек.
28. Формы и методы профессиональной мобильности библиотечных работников.
29. Функции и принципы методической работы библиотек – координационных и методических центров.
30. Функционирование виртуальных представительств методических служб: цель, задачи, направления деятельности.
31. Экспертная деятельность библиотек – координационных и методических центров своих систем: цель и задачи.

Обсуждены и одобрены на заседании кафедры культурологии и психолого-педагогических дисциплин Института повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств». Протокол заседания от 13.02.2024 № 2.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО РАЗДЕЛУ МОДУЛЯ «БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ»

1. Public relations в маркетинговой политике библиотеки: цель, задачи, направления реализации.
2. Stories в социальных сетях как новый формат нативной рекламы.
3. Анализ и построение рекламного образа библиотеки методом интервью с пользователем.
4. Библиотечная реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций: понятие, цель, функции.
5. Библиотечно-информационные услуги в системе маркетинговой политики библиотеки.
6. Бизнес-план: особенности, виды, структура, методика составления.
7. Бизнес-планирование: понятие, функции.
8. Бренд: сущность, основные характеристики, классификация.
9. Взаимодействие подразделения маркетинга с субъектами информационного рынка: цель, задачи, варианты сотрудничества.
10. Виды контента, используемого библиотекой в процессе маркетинговых коммуникации с пользователями в Интернет-пространстве.
11. Виртуальная книжная выставка как способ позиционирования и продвижения документного фонда библиотеки.
12. Возникновение некоммерческого маркетинга, его особенности, предпосылки и значение.
13. Значение маркетинговых исследований в формировании информационной системы библиотеки.
14. Имидж библиотеки. Определения понятий «идеальный», «зеркальный», «реальный» имидж библиотеки.
15. Инструменты Интернет-маркетинга, применяемые в библиотечно-информационной сфере.
16. Использование email-маркетинга в рекламной политике библиотеки.
17. Использование маркетинговых технологий в продвижении библиотечного web-сайта.
18. Использование результатов маркетингового исследования в решении стратегических и тактических задач библиотеки.
19. Краудфандинг как способ коллективного финансирования библиотечных проектов.
20. Маркетинг как вид деятельности. Этапы развития маркетинга.
21. Маркетинг как современная концепция управления библиотекой.
22. Маркетинговая деятельность библиотек в социальных сетях.
23. Маркетинговая среда библиотеки: понятие, сущность, структура.
24. Маркетинговое планирование библиотеки: цели, задачи, направления.
25. Маркетинговое подразделение в структуре управления библиотекой: цели, задачи, функции.
26. Маркетинговые коммуникации библиотеки: понятие, цели, функции, инструменты.

27. Маркетинговые мероприятия библиотеки: цель, задачи, виды и типы.
28. Медиапроекты библиотек как средство трансляции общественно значимой информации.
29. Методика подготовки рекламных сообщений с учетом особенностей целевой аудитории библиотеки.
30. Микросреда библиотеки и ее элементы.
31. Объекты маркетинговых исследований в библиотеке.
32. Организация и развитие библиотечной маркетинговой службы централизованных библиотечных систем.
33. Основные понятия маркетинга и их сущностная характеристика.
34. Особенности применения комплекса маркетинга в библиотеках различных типов и видов.
35. Платные услуги в контексте инициативной финансово-экономической деятельности библиотеки.
36. Понятие «социальный эффект», его значение в контексте некоммерческого маркетинга.
37. Понятие фирменного стиля библиотеки. Фирменный стиль библиотеки как важная составляющая ее имиджа.
38. Понятия «бренд библиотеки», его сущностные характеристики.
39. Пресс-релиз в системе библиотечных PR-технологий.
40. Продвижение библиотеки, ее услуг и информационной продукции: формы, методы, технологии.
41. Продвижение библиотечных ресурсов и услуг посредством подкастов.
42. Процесс управления маркетинговыми мероприятиями (микропланирование).
43. Разработка плана продвижения бренда библиотеки.
44. Разработка ценовой политики библиотеки.
45. Сервисы Google Analytics и Яндекс.Метрика и их использование в аналитической деятельности маркетингового подразделения библиотеки.
46. Собственный видеоконтент библиотеки: тенденции и перспективы использования в маркетинговой деятельности.
47. Социально-этический маркетинг, его значение и возможности применения в библиотечно-информационной деятельности.
48. Спонсоринг как технология поиска и выбора источников ресурсной помощи.
49. Стимулирование сбыта информационных продуктов и услуг библиотеки в Интернет-пространстве.
50. Сторителлинг как эффективный инструмент для продвижения библиотечно-информационных продуктов и услуг.
51. Стратегическое планирование маркетинговых мероприятий: понятие, этапы.
52. Сущность, содержание и инструментарий маркетинга.
53. Технологии разработки нейма библиотеки.
54. Технологическая модель системы продвижения библиотечно-информационных ресурсов и услуг.

55. Товарная политика библиотеки в концепции маркетинга.
56. Учет психологии ценовосприятия пользователей библиотеки.
57. Факторы макросреды библиотеки и их влияние на деятельность библиотеки.
58. Фандрайзинг: сущность, значение, особенности использования в финансировании библиотечных проектов.
59. Характеристика этапов рекламной кампании библиотеки.
60. Цели, задачи, значение маркетинговых исследований в библиотечно-информационной деятельности.
61. Этапы маркетингового исследования в библиотеке.
62. Этапы разработки бренда библиотеки.

Обсуждены и одобрены на заседании кафедры культурологии и психолого-педагогических дисциплин Института повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств». Протокол заседания от 13.02.2024 № 2.

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ СЛУШАТЕЛЕЙ

ВОПРОСЫ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЭКЗАМЕНУ ПО РАЗДЕЛУ МОДУЛЯ «БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

1. Аттестация руководителей и библиотечных работников: цель, задачи, порядок проведения и оформления результатов.
2. Библиотека как система. Ключевые элементы библиотеки как системы.
3. Библиотечная отрасль как объект государственного управления. Сущность управления библиотечным делом в Республике Беларусь.
4. Виды управленческих решений. Методы принятия управленческих решений руководителем библиотеки.
5. Должностная инструкция библиотечного работника: цель, задачи, структура.
6. Информационный механизм менеджмента в управленческой деятельности руководителя библиотеки.
7. Кадровый менеджмент в управленческой деятельности руководителя библиотеки.
8. Концепции и этапы стратегического управления библиотекой.
9. Нормативно правовой механизм менеджмента и его применение в регулировании деятельности библиотеки.
10. Организационно-административный механизм менеджмента в управлении библиотекой.
11. Организационно-экономический механизм менеджмента в управлении библиотекой.
12. Организационные формы коммуникации в библиотеке. Методика их организации и проведения.
13. Организация повышения квалификации библиотечных работников как неотъемлемая часть увеличения кадрового потенциала библиотеки.
14. Особенности организации управления в централизованных библиотечных системах.
15. Отчетная документация библиотеки: этапы сбора информации и способы представления.
16. Планирование деятельности библиотеки как основа библиотечно-информационного менеджмента.
17. Положение о структурных подразделениях библиотеки: цель, задачи, структура.
18. Понятие «библиотечные ресурсы». Классификация библиотечных ресурсов.
19. Разделение обязанностей между структурными подразделениями: цель, задачи, особенности реализации.
20. Современные принципы управления библиотечным делом.

21. Социально-психологический механизм менеджмента в управлении библиотечным коллективом.
22. Устав библиотеки: цель, задачи, структура.
23. Факторы, влияющие на организацию управления библиотекой.
24. Формирование и развитие организационной культуры библиотеки.

**ВОПРОСЫ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЭКЗАМЕНУ
ПО РАЗДЕЛУ МОДУЛЯ
«НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БИБЛИОТЕК»**

1. Библиотека как объект консультационно-методического обеспечения: организационно-функциональная структура, технология, локальная нормативно правовая документация.
2. Библиотечная статистика: цель, задачи, основные требования к представлению данных.
3. Конференции, семинары, круглые столы как способ международного взаимодействия библиотечных работников.
4. Международная Федерация библиотечных ассоциаций и учреждений и ее программы профессионального объединения библиотечных работников.
5. Международные (ведомственные) общественные библиотечные организации и их программы сотрудничества. Белорусская библиотечная ассоциация.
6. Методическая продукция библиотек: видовая и жанровая дифференциация. Способы представления в цифровом пространстве.
7. Методические службы библиотек: история возникновения и современные тенденции развития.
8. Методический мониторинг – система слежения за изменениями в библиотеках. Объекты и источники информации методического мониторинга.
9. Методическое сопровождение библиотечных исследований в области внедрения и реализации инноваций.
10. Методическое сопровождение научно-исследовательской деятельности библиотек.
11. Обследование деятельности библиотек: цели, виды, анализ библиотечной практики. Методика обследования и составления обзоров деятельности библиотек.
12. Организации профессиональных конкурсов, направленных на стимулирование библиотечных работников к новым достижениям, аккумулярованию лучших образцов практической деятельности, обмен опытом.
13. Организационно-методическая поддержка инновационной деятельности публичных библиотек: цель, задачи, направления реализации.
14. Организационно-методическая поддержка краеведческой деятельности библиотек.
15. Организация профессиональных мероприятий научного и практического значения: этапы организации и проведения.

16. Основные направления научно-методической работы публичных библиотек.
17. Роль методической работы в профессионализации библиотечных кадров.
18. Социальные сети как источник размещения методической информации для профессионального использования библиотечным сообществом.
19. Способы представления методической продукции библиотек в цифровом пространстве.
20. Статистические показатели деятельности библиотек. Статистический учет результатов библиотечной деятельности. Основные учетные документы, используемые для получения статистических данных.
21. Традиционные и инновационные подходы к реализации деятельности методических служб библиотек.
22. Функции и принципы методической работы библиотек – координационных и методических центров.
23. Функционирование виртуальных представительств методических служб: цель, задачи, направления деятельности.
24. Экспертная деятельность библиотек – координационных и методических центров своих системы: цель и задачи.

**ВОПРОСЫ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЭКЗАМЕНУ
ПО РАЗДЕЛУ МОДУЛЯ
«БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ»**

1. Public relations в маркетинговой политике библиотеки: цель, задачи, направления реализации.
2. Библиотечно-информационные услуги в системе маркетинговой политики библиотеки.
3. Бизнес-план: особенности, виды, структура, методика составления.
4. Бренд: сущность, основные характеристики, классификация.
5. Возникновение некоммерческого маркетинга, его особенности, предпосылки и значение.
6. Имидж библиотеки. Определения понятий «идеальный», «зеркальный», «реальный» имидж библиотеки.
7. Маркетинг как вид деятельности. Этапы развития маркетинга.
8. Маркетинг как современная концепция управления библиотекой.
9. Маркетинговая деятельность библиотек в социальных сетях.
10. Маркетинговая среда библиотеки: понятие, сущность, структура.
11. Маркетинговое планирование библиотеки: цели, задачи, направления.
12. Маркетинговое подразделение в структуре управления библиотекой: цели, задачи, функции.
13. Маркетинговые коммуникации библиотеки: понятие, цели, функции, инструменты.
14. Маркетинговые мероприятия библиотеки: цель, задачи, виды и типы.
15. Микросреда библиотеки и ее элементы.

16. Объекты маркетинговых исследований в библиотеке.
17. Основные понятия маркетинга и их сущностная характеристика.
18. Понятие фирменного стиля библиотеки. Фирменный стиль библиотеки как важная составляющая ее имиджа.
19. Понятие «бренд библиотеки», его сущностные характеристики.
20. Продвижение библиотеки, ее услуг и информационной продукции: формы, методы, технологии.
21. Социально-этический маркетинг, его значение и возможности применения в библиотечно-информационной деятельности.
22. Факторы макросреды библиотеки и их влияние на деятельность библиотеки.
23. Характеристика этапов рекламной кампании библиотеки.
24. Цели, задачи, значение маркетинговых исследований в библиотечно-информационной деятельности.

Обсуждены и одобрены на заседании кафедры культурологии и психолого-педагогических дисциплин Института повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств». Протокол заседания от 13.02.2024 № 2.

ПЕРЕЧЕНЬ НЕОБХОДИМЫХ УЧЕБНЫХ ИЗДАНИЙ

ПРИ ИЗУЧЕНИИ РАЗДЕЛА МОДУЛЯ «БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Основная литература

1. Ильяева, И. А. Стратегическое управление библиотекой : учеб. пособие / И. А. Ильяева, В. Н. Маркова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Кнорус, 2023. – С. 50–120; 155–239.
2. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учеб. и практикум / С. Г. Коленько. – М. : Юрайт, 2022. – С. 208–223.
3. Матвеева, И. Ю. Стратегический менеджмент и анализ эффективности библиотечно-информационной деятельности : учеб. пособие / И. Ю. Матвеева. – Челябинск : ЧГИК, 2019. – С. 7–75.
4. Менеджмент библиотечно-информационной деятельности : учеб. / В. К. Клюев, М. Н. Колесникова, М. П. Захаренко [и др.]; науч. ред. В. К. Клюев, М. Н. Колесникова. – СПб. : Профессия, 2021. – С. 64–125.

Дополнительная литература

5. Вихрева, Г. М. Основы государственной культурной политики и формирование ценностной концепции российской библиотеки [Электронный ресурс] / Г. М. Вихрева // Культура в евразийском пространстве: традиции и новации. – 2017. – №1 (1). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovy-gosudarstvennoy-kulturnoy-politiki-i-formirovanie-tsennostnoy-kontseptsii-rossiyskoj-biblioteki>. – Дата доступа: 10.02.2024.
6. Киселева, Т. Г. Социально-культурная деятельность : учеб. / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М. : МГУКИ, 2004. – С. 368–403.
7. Клюев, В. К. О сущности библиотечного менеджмента [Электронный ресурс] / В. К. Клюев // Румянцевские чтения – 2020 : Материалы Междунар. науч.-практ. конф., в 2-х ч., Москва, 21–24 апр. 2020 г. / сост. Е. А. Иванова ; редкол. В. В. Дуда (пред.), Ю. С. Белянкин, Е. Н. Гусева [и др.]. – М. : Пашков дом, 2020. – Ч. 1. – С. 408–414. – Режим доступа: – <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43882384>. – Дата доступа: 10.02.2024.
8. Королькова, В. В. Разрабатываем должностную инструкцию [Электронный ресурс] / В. В. Королькова // Информационный бюллетень РНТБ. – 2020. – № 2. – Режим доступа: <https://rlst.org.by/informational-resources/izdania/ib-2-2020/dolzhnostnaya-instruktsiya>. – Дата доступа: 10.02.2024.
9. Мотульский, Р.С. Библиотечная статистика : проблемы и решения / Р. С. Мотульский // Библиотечное дело – XXI век : науч.-практ. сб. – М., 2002. – Вып. 3. – С. 28–64.
10. Пшибытка, М. Г. Библиотеки Беларуси: 25 лет развития / М. Г. Пшибытко // Вестник Библиотечной Ассамблеи Евразии. – 2017. – № 1. – С. 24–26.

11. Рафеева, М. С. Белорусская библиотечная ассоциация в контексте SWOT-анализа деятельности / М. С. Рафеева / Российская библиотечная ассоциация. Информационный бюллетень РБА. – 2019. – № 87. – С. 102–104.
12. Рафеева, М. С. Белорусская библиотечная ассоциация: стратегии и реализация программ / М. С. Рафеева // Вестник Библиотечной Ассамблеи Евразии. – 2019. – № 3. – С. 8–12.
13. Столяров, Ю. Н. О системных функциях библиотеки и их наименовании. Постановочная статья // Науч. и техн. б-ки. – 2015. – № 6. – С. 30–43.
14. Столяров, Ю. Н. О сущностных функциях элементов библиотеки и их наименовании. Постановочная статья / Ю. Н. Столяров // Науч. и техн. б-и. – 2015. – № 7. – С. 3–16.
15. Сукиасян, Э. Р. Деятельность, структура и система управления современной библиотеки. Часть 1. Направления деятельности библиотек / Э. Р. Сукиасян // Науч. и техн. б-ки. – 2015. – № 10. – С. 67–74.
16. Сукиасян, Э. Р. Деятельность, структура и система управления современной библиотеки. Часть 2. Структура библиотеки / Э. Р. Сукиасян // Науч. и техн. б-ки. – 2015. – № 11. – С. 5–11.
17. Сукиасян, Э. Р. Деятельность, структура и система управления современной библиотеки. Часть 3. Система управления библиотекой / Э. Р. Сукиасян // Науч. и техн. б-ки. – 2015. – № 12. – С. 5–11.
18. Сулова, И. М. Менеджмент библиотечно-информационной деятельности : учеб. / И. М. Сулова. В. К. Ключев – СПб. : Профессия, 2009. – С. 31–68.

Нормативные правовые акты

1. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры : па стане на 6 лют. 2023 г. / [адк. за вып. Н. В. Судзілоўская]. – Мінск : Нацыянальны цэнтр прававой інфармацыі Рэспублікі Беларусь, 2023. – С. 73–84.

ПРИ ИЗУЧЕНИИ РАЗДЕЛА МОДУЛЯ «НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БИБЛИОТЕК»

Основная литература

1. Авраева, Ю. Б. Библиотеки – методические центры: инициаторы профессионального развития : [науч.-практ. пособие] / Ю. Б. Авраева. – М. : Литера, 2009. – С. 7–28; 72–85.
2. Ванеев, А. Н. Методическое обеспечение библиотечной деятельности : учеб. пособие / А. Н. Ванеев. – М. : Профиздат, 2001. – С. 7–48.
3. Руководство по осуществлению статистического учета функционирования библиотек в Интернет-пространстве / [В. В. Пшибытко, М. Г. Пшибытко, Н. Н. Замаева ; под общ. ред. А. А. Суши]; Нац. б-ка Беларуси. – Минск : НББ, 2019. – С. 7–68.
4. Самерсова, Н. В. Методическое обеспечение социально-культурной деятельности : учеб.-метод. пособие / Н. В. Самерсова ; М-во культуры

Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск : БГУКИ, 2022. – С. 64–125.

5. Трансформация библиотечно-информационной деятельности под воздействием цифровой среды / Л. Г. Тараненко, О. В. Дворовенко, С. В. Савкина [и др.] ; М-во культуры Рос. Федерации, Кемеров. гос. ин-т культуры. – Кемерово : КемГИК, 2021. – С. 170–214.

Дополнительная литература

6. Акилина, М. И. Научно-методическая деятельность в библиотечной сфере: современные тенденции [Электронный ресурс] / М. И. Акилина // Библиотековедение. – 2016. – № 2. – С. 136–144. – Режим доступа: https://bibliotekovedenie.rsl.ru/jour/article/view/322?locale=ru_RU. – Дата доступа: 10.02.2024.

7. Козлова, Т. Формулировать цели, ставить задачи, отвечать на запросы : размышления на основе мониторингов и действующих практик / Т. Козлова // Библиотека. – 2021. – № 5. – С. 17–20.

8. Куликова, О. Ю. Сетевое взаимодействие библиотек в условиях ограничений: методические аспекты / О. Ю. Куликова // Румянцевские чтения – 2021 = The Romyantsev readings – 2021 : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 21–23 апр. 2021 г. : [в 2 ч.] / Рос. гос. биб-ка, БАЕ ; [редкол.: В. В. Дуда и др. ; сост. Е. А. Иванова. – М., 2021. – Ч. 1. – С. 496–500.

9. Лаврик, О. Л. Систематический обзор как вид обзорно-аналитических продуктов / О. Л. Лаврик, Т. А. Калюжная, М. А. Плешакова // Библиосфера. – 2019. – № 2. – С. 33–51.

10. Пугачова, Н. Метадычная падтрымка бібліятэк Віцебскай вобласці: праблемы на шляху трансфармацыі / Н. Пугачова, В. Камендантава // Бібліятэчны свет. – 2023. – № 2. – С. 9–12.

11. Рекомендации по методическому сопровождению деятельности публичных библиотек [Электронный ресурс] / Нац. б-ка Беларуси : [офиц. сайт]. – Режим доступа: <https://www.nlb.by/content/bibliotekaryam/nauchno-prakticheskie-razrabotki-i-metodicheskie-m/rekomendatsii-po-metodicheskomu-soprovozhdeniyu-deyatelnosti-publichnykh-bibliotek/>. – Дата доступа: 10.02.2024.

12. Роль методиста в библиотечном обслуживании детей [Электронный ресурс] // Университетская книга. – 2022. – № 5. – С. 42–45. – Режим доступа: <http://www.unkniga.ru/biblioteki/bibdelo/13519-rol-metodista-v-bibliotechnom-obsluzhivanii-detey.html>. – Дата доступа: 10.02.2024.

Нормативные правовые акты

1. Кодекс Рэспублікі Беларусь аб культуры : па стане на 6 лют. 2023 г. / [адк. за вып. Н. В. Судзілоўская]. – Мінск : Нацыянальны цэнтр прававой інфармацыі Рэспублікі Беларусь, 2023. – С. 73–84.

ПРИ ИЗУЧЕНИИ РАЗДЕЛА МОДУЛЯ «БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ»

Основная литература

1. Борисова, О. О. Выставочные технологии как инструмент библиотечно-информационного маркетинга : учеб. пособие / О. О. Борисова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Орел, 2018. – С. 17–46.
2. Борисова, О. О. Организационно-технологические аспекты библиотечно-информационной и книжной рекламы : : учеб. пособие / О. О. Борисова. – Орел, 2018. – С. 25–59.
3. Дворовенко, О. В. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности : учеб. пособие / О. В. Дворовенко. 2-е изд. – М. : Юрайт, 2020. – С. 8–45.
4. Котлер, Ф. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому: технологии продвижения в интернете = Marketing 4.0: moving from traditional to digital / Ф. Котлер, Х. Картаджайа, А. Сетиаван ; [пер. с англ. М. Хорошиловой]. – М. : ЭКСМО : Бомбора, 2021. – С. 112–201.
5. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности : учеб. / В. В. Брежнева, Н. Ю. Дементьева, Н. В. Жадько [и др.] ; науч. ред. В. К. Ключев. – СПб. : Профессия, 2017. – С. 120–150.

Дополнительная литература

7. Быстрова, Е. С. К разработке понятий «бренд библиотеки», «ценностное отношение к библиотеке как бренду» / Е. С. Быстрова // Научные труды Республиканского института высшей школы: сб. науч. ст. – Минск: РИВШ, 2022. – С. 46–55.
8. Генова, А. С. Современные технологии библиотечного маркетинга. Медиапродвижение и медиасопровождение деятельности библиотек [Электронный ресурс] / А. С. Генова // Информационный бюллетень РНТБ. – 2023. – № 1. – Режим доступа: <https://rlst.by/informational-resources/izdania/ib-1-2023/sovremennye-tehnologii-bibliotechnogo-marketinga>. – Дата доступа: 10.02.2024.
9. Клиентоориентированные библиотечно-информационные услуги: от теории к практике [Электронный ресурс] / Н. В. Нестеренок // Информационный бюллетень РНТБ. – 2021. – № 2. – Режим доступа: <https://rlst.org.by/informational-resources/izdania/ib-2-2021/klientoorientirovannye-bibliotechno-informatsionnye-uslugi/>. – Дата доступа: 10.02.2024.
10. Ковальчук, Т. Виды и формы современной библиотечной рекламы, или Как привлечь детей к чтению / Т. Ковальчук // Бібліятэка прапануе. – 2017. – № 4. – С. 4–9.
11. Максименко, Ю. И. Положение об отделе библиотечного маркетинга – документ, определяющий стратегию и тактику деятельности отдела, библиотеки, ЦБС / Ю. И. Максименко // Библиотечное дело – XXI век. – 2002. – № 1. – С. 211–216.

12. Машкара, А. Д. Нейминг библиотек: терминологические аспекты / А. Д. Машкара // Библиотекосведение. – 2022. – Т. 71, № 1. – С. 39–48.
13. Мешалкина, Ю. В. Организация и развитие библиотечной маркетинговой службы / Ю. В. Мешалкина // Библиотекосведение. – 2010. – № 5. – С. 30–36.
14. Пераверзева, Ю. А. Фінансава-эканамічная дзейнасць бібліятэк: вучэб.-метад. дапам. / Ю. А. Пераверзева. – Мінск : Бел. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў, 2009. – С. 85–92.
15. Петушко, Н. Е. Библиотечный маркетинг : учеб.-метод. пособие / Н. Е. Петушко. – Минск : БГУКИ, 2010. – С. 67–82; 107–113.
16. Ревякина, Н. С. Традиционные и инновационные виды библиотечного сервиса [Электронный ресурс] / Н. С. Ревякина // Kant. – 2015. – №4 (17). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/traditsionnye-i-innovatsionnye-vidy-bibliotechnogo-servisa>. – Дата доступа: 10.02.2024.
17. Рыхторова, А. Е. Применение маркетинговых технологий для повышения активности подписчиков библиотечных социальных сетей [Электронный ресурс] / А. Е. Рыхторова // Библиосфера. – 2021. – № 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-marketingovyh-tehnologiy-dlya-povysheniya-aktivnosti-podpischikov-bibliotechnyh-sotsialnyh-setey>. – Дата доступа: 10.02.2024.
18. Савкина, С. В. Технология подготовки мультимедийных библиотечных продуктов [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. В. Савкина. – Кемерово : КемГИК, 2021. – С. 18–58. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/25071>. – Дата доступа: 10.02.2024.
19. Свергунова, Н. М. Подкастинг как инструмент реализации гуманистической миссии библиотеки [Электронный ресурс] / Н. М. Свергунова, О. А. Барма // Науч. и техн. б-ки. – 2022. – № 11. – С. 97–119. – Режим доступа: <https://ntb.gpntb.ru/jour/article/view/1039>. – Дата доступа: 10.02.2024.
20. Смирнов, Ю. В. Чат-коммуникация в процессе библиотечного обслуживания читателей [Электронный ресурс] / Ю. В. Смирнов, Ю. В. Соколова // Научные и технические библиотеки. – 2021. – №1 (2). – С. 81–90. – Режим доступа: <https://ntb.gpntb.ru/jour/article/view/732>. – Дата доступа: 10.02.2024.
21. Стрелкова И. Б. Личный бренд: смена вектора профессионального развития / И. Б. Стрелкова // Университетская книга. – 2018. – № 10. – С. 32–37.

Нормативные правовые акты

1. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры : па стане на 6 лют. 2023 г. / [адк. за вып. Н. В. Судзілоўская]. – Мінск : Нацыянальны цэнтр прававой інфармацыі Рэспублікі Беларусь, 2023. – С. 73–84.