

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: 9-08-0322-01 Библиотекосведение и библиография
квалификация: библиотекарь

в соответствии с примерным учебным планом по специальности переподготовки, утвержденным 7 июля 2023 г. № 25-13/33

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

Рекомендована к утверждению:

кафедрой культурологии и психолого-педагогических дисциплин Института повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»

Протокол заседания от 30.05.2024 г. № 10

советом Института повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»

Протокол заседания от 18.06.2024 г. № 6

научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»

Протокол заседания от 19.06.2024 г. № 5

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 среднее специальное образование в соответствии с требованиями образовательного стандарта переподготовки руководящих работников и специалистов по специальности 9-08-0322-01 «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 двух учебных дисциплин:

«Библиотечно-информационный менеджмент»;

«Библиотечно-информационный маркетинг».

Цель изучения учебных дисциплин модуля – формирование у слушателей знаний, умений, навыков и 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 14. Знать ресурсное обеспечение библиотек и уметь применять инструментарий менеджмента в процессе осуществления организации, планирования, координации и контроля библиотечно-информационных процессов;

СП 15. Уметь выявлять и внедрять инновационные технологии, применять знание принципов организации труда в работе библиотеки;

СП 16. Знать теоретические основы и принципы маркетинговой деятельности библиотеки, правила сегментирования рынка и способы изучения потребностей его субъектов;

СП 17. Уметь анализировать состояние библиотечных ресурсов, внешней и внутренней среды библиотеки, количественные и качественные показатели ее работы для разработки маркетинговой концепции ее развития;

СП 18. 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» – 144, трудоемкость составляет 6 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, круглые столы, тематические дискуссии – 8, деловые игры – 4, самостоятельная работа – 30);

«Библиотечно-информационный маркетинг» (72 часа, из них: лекции – 14, практические занятия – 18, круглые столы, тематические дискуссии – 6, деловые игры – 4, самостоятельная работа – 30).

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН учебной дисциплины, модуля

Наименования разделов модулей, дисциплин, тем и форм текущей, промежуточной аттестации	Количество учебных часов											Этапы	Кафедра (цикловая комиссия)	
	всего	распределение по видам занятий												
		аудиторные занятия												самостоятельная работа
		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		8		4			30	1, 2	Кафедра культуры и психолого-педагогических дисциплин		
1.1. Теоретические основы менеджмента библиотечно-информационной деятельности	8	2	2							4	1			
1.2. Функции и принципы управления библиотекой	6	2								4	1			
1.3. Организация управления библиотекой как сложной системной организацией	8	2	2				2			2	1			
1.4. Механизмы управления библиотекой	8	2	2							4	1			
1.5. Стратегическое управление библиотекой	6	2	2							2	1, 2			
1.6. Ресурсное обеспечение менеджмента библиотечно-информационной деятельности	6		2							4	2			
1.7. Научно-методическое обеспечение библиотечно-информационной деятельности	10	2	2		4					2	2			
1.8. Организация управления библиотечным делом в Республике Беларусь.	10	2	2				2			4	2			
1.9. Формирование системы общественного управления библиотечным делом	10		2		4					4	2			
Форма текущей аттестации (при необходимости с указанием раздела, темы)	Практическое задание по темам 1.2 – 1.6										2			
Форма промежуточной аттестации по модулю	Экзамен										2			

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
П БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ	72	14	18		6		4			30	1, 2	Кафедра культурологии и психолого-педагогических дисциплин
2.1. Библиотека в системе некоммерческого маркетинга	8	2	2							4	1	
2.2. Маркетинговая среда библиотеки	8	2	2							4	1	
2.3. Маркетинговые исследования в библиотеке	10	2	2				2			4	1	
2.4. Планирование маркетинговых мероприятий	6	2	2							2	1	
2.5. Ценовая политика библиотеки	6	2								4	2	
2.6. Реклама библиотечных продуктов и услуг	8	2	2				2			2	2	
2.7. Бренд, имидж и фирменный стиль библиотеки	6		2							4	2	
2.8. Социальные сети и цифровой маркетинг как инструмент продвижения библиотеки, ее товаров и услуг	12	2	4		4					2	2	
2.9. Маркетинговое подразделение в структуре управления библиотекой	8		2		2					4	2	
Форма текущей аттестации (при необходимости с указанием раздела, темы)	Практическое задание по темам 2.1 – 2.5										2	
Форма промежуточной аттестации по модулю	Экзамен										2	

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, самостоятельная работа – 4)

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 (4 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 (8 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, 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.

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/kadrovyuy-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 (6 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, самостоятельная работа – 2)

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 (2 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.

2. Современная библиотека: от идеи к реализации [Электронный ресурс] : метод. рекомендации / Иркутская областная государственная научная библиотека им. И. И. Молчанова-Сибирского ; сост.: Ю. А. Ефремова, А. С. Гусева. – Иркутск : ИОГУНБ, 2020. – 74 с. – Режим доступа: <https://www.irklib.ru/nmo/metod-recomend>.

Тема 1.6. Ресурсное обеспечение менеджмента библиотечно-информационной деятельности (6 часов, из них: 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>.
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>.
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. Научно-методическое обеспечение библиотечно-информационной деятельности (10 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, круглый стол – 4, самостоятельная работа – 2)

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 библиотековедения / 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.

Вопросы для обсуждения на круглом столе

1. Аналитическая и экспертная деятельность библиотек.
2. Консультационно-методическая и научно-исследовательская деятельность библиотек – координационных и методических центров.
3. Методическое обеспечения инновационной, проектной и издательской деятельности библиотек.
4. Профессионализация библиотечных кадров. Методическое сопровождение непрерывного образования библиотечных работников.
5. Научно-методическая деятельность библиотек в цифровом пространстве.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (2 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.
3. Ванеев, А. Н. Методическое обеспечение библиотечной деятельности : учеб. пособие / А. Н. Ванеев. – М. : Профиздат, 2000. – С. 3–24.
4. Пугачова, Н. Метадычная падтрымка бібліятэк Віцебскай вобласці: праблемы на шляху трансфармацыі / Н. Пугачова, В. Камендантава // Бібліятэчны свет. – 2023. – № 2. – С. 9–12.
5. Справочник методиста [Электронный ресурс] / Л. А. Сулейманова [и др.] ; Иркутская областная государственная универсальная научная библиотека им. И. И. Молчанова-Сибирского. – Иркутск : ИОГУНБ, 2023. – С. 128–144. – Режим доступа: <https://www.irklib.ru>.

Тема 1.8. Организация управления библиотечным делом в Республике Беларусь (10 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, деловая игра – 2, 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 1.9. Формирование системы общественного управления библиотечным делом (10 часов, из них: практическое занятие – 2, круглый стол – 4, самостоятельная работа – 4)

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.

Вопросы для обсуждения на круглом столе

1. Профессиональные сообщества в XXI веке: цель, задачи, функции.
2. Белорусская библиотечная ассоциация как актор профессионального развития библиотечного работника.
3. Адвокация библиотек: понятие, сущность, цель, направление реализации.
4. Роль библиотечной ассоциации в разработке и реализации программ и проектов развития библиотечного дела страны.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (4 часа)

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 преимущественно на аудиторных занятиях в ходе обсуждения выполненных заданий, а также в формах устного опроса, выполнения индивидуальных и групповых заданий.

Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение, включаются в материалы для текущей и промежуточной аттестации слушателей.

В ходе текущей и промежуточной аттестации для оценки результатов обучения применяются критерии оценивания, рекомендованные Министерством образования.

Форма текущей аттестации слушателей по разделу модуля – практическое задание по темам 1.2 – 1.6, которое выполняется слушателями на 2 этапе обучения в письменной форме в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу.

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

РАЗДЕЛ II БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

Тема 2.1. 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 2.2. Маркетинговая среда библиотеки (8 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, самостоятельная работа – 4)

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 (4 часа)

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 2.3. Маркетинговые исследования в библиотеке (10 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, деловая игра – 2, самостоятельная работа – 4)

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 (4 часа)

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 основы 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 2.4. Планирование маркетинговых мероприятий (6 часов, из них: лекция – 2; практическое занятие – 2, самостоятельная работа – 2)

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 (2 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 2.5. 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 2.6. Реклама библиотечных продуктов и услуг (8 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 2, деловая игра – 2, самостоятельная работа – 2)

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 (2 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 // Бібліятэчны 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.

Тема 2.7. Бренд, имидж и фирменный стиль библиотеки (6 часов, из них: практическое занятие – 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.

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 : [офиц. сайт]. – Режим доступа: http://www.tsutmb.ru/nayk/nauchnyie_meropriyatiya/int_konf/vseross/5_probremi_inform_i_doc_obespechenia/sekczija_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 // Библиотэка прапануе. – 2016. – № 4. – С. 20–22.

Тема 2.8. Социальные сети и цифровой маркетинг как инструмент продвижения библиотеки, ее товаров и услуг (12 часов, из них: лекция – 2, практическое занятие – 4, круглый стол – 4, самостоятельная работа – 2)

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.

Вопросы для обсуждения на круглом столе

1. Сервисы Google Analytics и Яндекс.Метрика как методический инструмент библиотечного маркетинга.
2. Использование подкастов для привлечения внимания потенциальных пользователей к продуктам и услугам библиотеки.
3. Создание и распространение пресс-релизов в онлайн-медиа: цель и задачи.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Задание (2 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.
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.

б. 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 2.9. Маркетинговое подразделение в структуре управления библиотекой (8 часов, из них: практическое занятие – 2, круглый стол – 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.

Вопросы для обсуждения на круглом столе

1. Основные направления работы маркетингового подразделения публичной библиотеки.
2. Маркетинговая сервисная продукция публичных библиотек.
3. 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-bibliotchnogo-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 // Библиотекосведение. – 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 преимущественно на аудиторных занятиях в ходе обсуждения выполненных заданий, а также в формах устного опроса, выполнения индивидуальных и групповых заданий.

Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение, включаются в материалы для текущей и промежуточной аттестации слушателей.

В ходе текущей и промежуточной аттестации для оценки результатов обучения применяются критерии оценивания, рекомендованные Министерством образования.

Форма текущей аттестации слушателей по разделу модуля – практическое задание по темам 2.1 – 2.5, которое выполняется слушателями на 2 этапе обучения в письменной форме в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу.

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

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ СЛУШАТЕЛЕЙ

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ

В целях периодического контроля и оценки результатов учебной деятельности слушателей при освоении содержания учебной программы по учебной дисциплине, модулю «Организационно-управленческие технологии библиотечно-информационной деятельности» учебной программой предусмотрена текущая аттестация слушателей в форме выполнения практических заданий по пройденному материалу:

«Библиотечно-информационный менеджмент» по темам 1.2 – 1.6 на 2 этапе обучения;

«Библиотечно-информационный маркетинг» по темам 2.1 – 2.5 на 2 этапе обучения.

Практические задания выполняются слушателями в рамках самостоятельной работы, оценка выполненных заданий осуществляется в пределах учебного времени, отведенного на изучение соответствующего раздела учебной дисциплины.

Содержание практических заданий, требования и дата презентации слушателями полученных результатов определяются преподавателем, проводившим учебные занятия.

Презентация слушателями результатов практических заданий, как правило, занимает не более 4 минут учебного занятия на одного человека.

При оценке выполненных слушателями практических заданий, преподаватель отмечает положительные стороны, указывает на недостатки приведенных ответов, делает выводы о том, как изучен учебный материал. При оценке результатов выполнения практических заданий преподаватель учитывает полноту приведенных ответов, логику их изложения, владение инструментарием учебной дисциплины, модуля, умение его использовать при выполнении заданий и решения поставленных задач.

Результаты проведения текущей аттестации слушателей оцениваются отметками «зачтено», «не зачтено» и фиксируются преподавателем в Журнале учебных занятий слушателей, осваивающих содержание образовательной программы переподготовки руководящих работников и специалистов соответствующей учебной группы.

Слушателям, отсутствовавшим на занятиях при проведении текущей аттестации или получившим отметку «не зачтено», предоставляется право повторного прохождения текущей аттестации, но не позднее чем за день до начала промежуточной аттестации по соответствующему этапу обучения. При этом слушатель должен быть ознакомлен с установленными для него индивидуальными сроками прохождения повторной текущей аттестации.

Допуск слушателя к повторной текущей аттестации, информирование методиста, осуществляющего организационно-методическое сопровождение учебной группы, ознакомление слушателя с порядком, датой и временем

ее проведения осуществляет преподаватель, проводивший учебные занятия и текущую аттестацию слушателей по соответствующему разделу учебной дисциплины, модуля.

Слушатели, не прошедшие текущую аттестацию, к сдаче промежуточной аттестации по соответствующему разделу учебной дисциплины, модулю не допускаются.

ЗАДАНИЕ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ПО РАЗДЕЛУ МОДУЛЯ «БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Анализ ресурсного потенциала библиотеки, места работы слушателя

№ п/п	Наименование позиции	Результат анализа
1.	Наименование (полное, сокращенное) и юридический/физический адрес библиотеки	
2.	Видовая/типовая характеристика библиотеки	
3.	Общая информация о библиотеке: ➤ руководитель; ➤ заместители, сфера их профессиональной ответственности	
4.	Нормативно правовой ресурс библиотеки: ➤ нормативно правовые документы, регламентирующие деятельность библиотеки и ее структурных подразделений; ➤ содержательная характеристика локальных нормативно правовых документов, разработанных для реализации отдельных видов/процессов работы библиотеки (например, Положение о платных услугах)	
5.	Кадровый ресурс: ➤ количество сотрудников библиотеки, из них: с высшим образованием – со средне-специальным образованием – со общим средним образованием – без образования – с непрофильным образованием – ; ➤ учреждения, в которых сотрудники проходят повышение квалификации/переподготовку	
6.	Финансовый ресурс: бюджетное финансирования; внебюджетное финансирования	
7.	Информационные ресурс: ➤ система распространения информации внутри библиотеки;	

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>информационные базы данных, созданные внутри библиотеки, их цель и задачи;</i> ➤ <i>источники получения информации из вне;</i> ➤ <i>способы и формы представления информации о библиотеке во внешнем информационном пространстве</i> 	
--	---	--

Предложить варианты модернизации/совершенствования/улучшения/оптимизации ресурсной базы библиотеки.

№ п/п	Наименование ресурса	Наименование раздела ресурса	Достигнутые результаты	Предлагаемые варианты	Пути достижения
1.					
2.					

Вывод. Представить обобщенный вывод по проведенному анализу с учетом выявленных плюсов и минусов в ресурсном обеспечении библиотеки.

ЗАДАНИЕ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ПО РАЗДЕЛУ МОДУЛЯ «БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ»

Применение методики SWOT-анализа для комплексного исследования маркетинговой среды библиотеки, места работы слушателя

<i>Strengths – сильные стороны</i>	<i>Weaknesses – слабые стороны</i>
<i>Opportunities – возможности</i>	<i>Threats – угрозы</i>

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 30.05.2024 г. № 10.

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. Информационный механизм менеджмента в управленческой деятельности руководителя библиотеки.
14. Кадровый менеджмент в управленческой деятельности руководителя библиотеки.
15. Коллегиальные и совещательные органы в структуре управления библиотекой.
16. Контроль в системе управления деятельностью библиотеки.
17. Концепции и этапы стратегического управления библиотекой.
18. Материальное стимулирование деятельности библиотечных работников.
19. Методическое обеспечение деятельности библиотек – координационных и методических центров своих систем в современных условиях: сущность, цели, задачи.
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. Основные направления научно-методической работы публичных библиотек.
26. Особенности организации управления в централизованных библиотечных системах.
27. Особенности управления библиотекой в условиях ресурсной ограниченности.
28. Отчетная документация библиотеки: этапы сбора информации и способы представления.
29. Планирование деятельности библиотеки как основа библиотечно-информационного менеджмента.
30. Положение о структурных подразделениях библиотеки: цель, задачи, структура.
31. Понятие миссии библиотеки и пути ее реализации.
32. Понятие ресурсов и средств, их роль в регулировании библиотечной деятельности. Классификация библиотечных ресурсов.
33. Применение организационно-административных механизмов менеджмента в управлении библиотекой.
34. Применение организационно-экономических механизмов менеджмента в управлении библиотекой.
35. Применение социально-психологических механизмов менеджмента в управлении библиотечным коллективом.
36. Применение технологий тайм-менеджмента и стресс-менеджмента в управлении библиотечным коллективом.
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 30.05.2024 г. № 10.

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 30.05.2024 г. № 10.

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. 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. Виды управленческих решений. Методы принятия управленческих решений руководителем библиотеки.
6. Государственные структуры управления библиотечным делом Республики Беларусь, их роль и функции.
7. Должностная инструкция библиотечного работника: цель, задачи, структура.
8. Единый квалификационный справочник должностей служащих. Выпуск 30. Должности служащих, занятых в культуре и искусстве.
9. Иерархичность звеньев управления публичной библиотекой: цель и задачи.
10. Информационный механизм менеджмента в управленческой деятельности руководителя библиотеки.
11. Кадровый менеджмент в управленческой деятельности руководителя библиотеки.
12. Методическое обеспечение деятельности библиотек – координационных и методических центров своих систем в современных условиях: сущность, цели, задачи.
13. Нормативно правовой механизм менеджмента и его применение в регулировании деятельности библиотеки.
14. Организационные формы коммуникации в библиотеке. Методика их организации и проведения.
15. Организация повышения квалификации библиотечных работников как неотъемлемая часть увеличения кадрового потенциала библиотеки.
16. Основные направления научно-методической работы публичных библиотек.
17. Особенности управления библиотекой в условиях ресурсной ограниченности.
18. Отчетная документация библиотеки: этапы сбора информации и способы представления.

19. Планирование деятельности библиотеки как основа библиотечно-информационного менеджмента.
20. Положение о структурных подразделениях библиотеки: цель, задачи, структура.
21. Понятие миссии библиотеки и пути ее реализации.
22. Применение организационно-административных механизмов менеджмента в управлении библиотекой.
23. Применение организационно-экономических механизмов менеджмента в управлении библиотекой.
24. Применение социально-психологических механизмов менеджмента в управлении библиотечным коллективом.
25. Реализация принципов управления библиотекой в контексте государственной культурной политики.
26. Роль Министерства культуры Республики Беларусь в реализации государственной политики в деятельности публичных библиотек.
27. Роль областных, городских, районных библиотек в управлении библиотечной сетью.
28. Система статистических показателей и единиц учета в библиотечном деле.
29. Технологии формирования положительного социально-психологического климата в библиотечном коллективе.
30. Управленческая информация в библиотеке и каналы ее распространения.
31. Устав библиотеки: цель, задачи, структура.

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

1. Public relations в маркетинговой политике библиотеки: цель, задачи, направления реализации.
2. Библиотечная реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций: понятие, цель, функции.
3. Библиотечно-информационные услуги в системе маркетинговой политики библиотеки.
4. Бизнес-план: особенности, виды, структура, методика составления.
5. Бренд: сущность, основные характеристики, классификация.
6. Виртуальная книжная выставка как способ позиционирования и продвижения документного фонда библиотеки.
7. Значение маркетинговых исследований в формировании информационной системы библиотеки.
8. Имидж библиотеки. Определения понятий «идеальный», «зеркальный», «реальный» имидж библиотеки.
9. Инструменты Интернет-маркетинга, применяемые в библиотечно-информационной сфере.
10. Использование результатов маркетингового исследования в решении стратегических и тактических задач библиотеки.
11. Маркетинг как вид деятельности. Этапы развития маркетинга.
12. Маркетинг как современная концепция управления библиотекой.
13. Маркетинговая деятельность библиотек в социальных сетях.
14. Маркетинговая среда библиотеки: понятие, сущность, структура.
15. Маркетинговое подразделение в структуре управления библиотекой: цели, задачи, функции.
16. Маркетинговые коммуникации библиотеки: понятие, цели, функции, инструменты.
17. Маркетинговые мероприятия библиотеки: цель, задачи, виды и типы.
18. Платные услуги в контексте инициативной финансово-экономической деятельности библиотеки.
19. Понятие фирменного стиля библиотеки. Фирменный стиль библиотеки как важная составляющая ее имиджа.
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. Стимулирование сбыта информационных продуктов и услуг библиотеки в Интернет-пространстве.
23. Сущность, содержание и инструментарий маркетинга.
24. Технологии разработки нейма библиотеки.
25. Товарная политика библиотеки в концепции маркетинга.

26. Факторы макросреды библиотеки и их влияние на деятельность библиотеки.

27. Фандрайзинг: сущность, значение, особенности использования в финансировании библиотечных проектов.

28. Характеристика этапов рекламной кампании библиотеки.

29. Цели, задачи, значение маркетинговых исследований в библиотечно-информационной деятельности.

30. Этапы маркетингового исследования в библиотеке.

31. 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 30.05.2024 г. № 10.

ПЕРЕЧЕНЬ НЕОБХОДИМЫХ УЧЕБНЫХ ИЗДАНИЙ

ПРИ ИЗУЧЕНИИ РАЗДЕЛА МОДУЛЯ «БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

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. 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.
3. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учеб. и практикум / С. Г. Коленько. – М. : Юрайт, 2022. – С. 208–223.
4. Матвеева, И. Ю. Стратегический менеджмент и анализ эффективности библиотечно-информационной деятельности : учеб. пособие / И. Ю. Матвеева. – Челябинск : ЧГИК, 2019. – С. 7–75.
5. 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.
6. 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.

Дополнительная литература

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. Киселева, Т. Г. Социально-культурная деятельность : учеб. / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М. : МГУКИ, 2004. – С. 368–403.
3. 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.
4. 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.

5. 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.
6. Пшибытка, М. Г. Библиотеки Беларуси: 25 лет развития / М. Г. Пшибытко // Вестник Библиотечной Ассамблеи Евразии. – 2017. – № 1. – С. 24–26.
7. 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.
8. Рафеева, М. С. Белорусская библиотечная ассоциация: стратегии и реализация программ / М. С. Рафеева // Вестник Библиотечной Ассамблеи Евразии. – 2019. – № 3. – С. 8–12.
9. Столяров, Ю. Н. О системных функциях библиотеки и их наименовании. Постановочная статья // Науч. и техн. б-ки. – 2015. – № 6. – С. 30–43.
10. Столяров, Ю. Н. О существенных функциях элементов библиотеки и их наименовании. Постановочная статья / Ю. Н. Столяров // Науч. и техн. б-и. – 2015. – № 7. – С. 3–16.
11. 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.
12. 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.
13. 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.
14. 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 «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

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. 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.
3. 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/klientoorientirovannyye-bibliotechno-informatsionnyye-uslugi/>. – Дата доступа: 10.02.2024.
4. Ковальчук, Т. Виды и формы современной библиотечной рекламы, или Как привлечь детей к чтению / Т. Ковальчук // Бібліятэка прапануе. – 2017. – № 4. – С. 4–9.
5. 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.

6. Машкара, А. Д. Нейминг библиотек: терминологические аспекты / А. Д. Машкара // Библиотековедение. – 2022. – Т. 71, № 1. – С. 39–48.
7. Мешалкина, Ю. В. Организация и развитие библиотечной маркетинговой службы / Ю. В. Мешалкина // Библиотековедение. – 2010. – № 5. – С. 30–36.
8. 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.
9. Петушко, Н. Е. Библиотечный маркетинг : учеб.-метод. пособие / Н. Е. Петушко. – Минск : БГУКИ, 2010. – С. 67–82; 107–113.
10. 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.
11. 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.
12. 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.
13. 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.
14. 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.
15. 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.