

Аннотация
к дополнительной профессиональной образовательной программе
повышения квалификации
«Бренд-менеджмент и медиа-маркетинг современной библиотеки»

Разработчики программы:

Уржумова Ольга Михайловна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры библиотечно-библиографической деятельности

Штратникова Алина Викторовна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры библиотечно-библиографической деятельности

Богданова Людмила Владимировна, директор центра непрерывного образования и повышения квалификации творческих и управленческих кадров в сфере культуры КГИК.

Общая характеристика программы:

Объем программы: 36 часов.

Форма обучения: очная с применением дистанционных образовательных технологий.

Категория слушателей: руководители, заместители руководителей, заведующие секторами и отделами, методисты, специалисты библиотек.

Цель образовательной программы:

Образовательная программа направлена на формирование у руководителей, заместителей, заведующих секторами и отделами, методистов, специалистов библиотек профессиональной компетенции в области бренд-менеджмента и медиа-маркетинга в библиотечно-информационной сфере.

Планируемые результаты освоения образовательной программы:

В результате освоения программы слушатель должен:

знать: - технологии брендинга, концепции и методологию создания сильных брендов современных библиотек, основы формирования уникального библиотечного предложения (УБП);

- цели и задачи медиа-маркетинга, его теоретические, правовые и этические основы применения в библиотеках, современные тенденции и инновации;

- особенности продвижения библиотеки и ее услуг в социальных сетях, технологии формирования контента библиотеки, а также стратегии продвижения бренда библиотеки.

уметь: - разрабатывать содержание бренд-бука библиотеки;

- создавать и наполнять контент библиотеки в социальных сетях в соответствии с задачами маркетинговой стратегии библиотеки, составлять контент-план и онлайн-карту аккаунта.

владеть: - навыками аналитической, креативной и инновационной деятельности при проектировании, продвижении брендов, управлении брендингом в некоммерческой (библиотечной) сфере;

- навыками креативного маркетингового мышления, а также технологиями построения маркетинговых web-коммуникаций для решения задач продвижения бренда библиотеки и УБП.

Краткое содержание программы:

Программа содержит два модуля:

Модуль 1. «Бренд-менеджмент современной библиотеки. Роль бренда библиотеки в системе маркетинговых коммуникаций».

Модуль 2. «Технологии медиа-маркетинга в современной информационно-библиотечной сфере».

Форма проведения занятий: лекции, практические занятия.

Итоговая аттестация: зачет (компьютерное тестирование).