

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 и информационных технологий КГИК.

Штратникова Алина Викторовна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры библиотечно-библиографической деятельности и информационных технологий КГИК.

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 моделей инновационных марочных библиотечных стратегий (литературные экскурсии, интерактивные литературные карты, веб-путешествия, арт-галереи и т.п.);

- 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 в практической деятельности библиотеки, а также технологиями построения маркетинговых web-коммуникаций для решения задач продвижения бренда библиотеки и УБП.

Краткое содержание программы:

Программа содержит два модуля:

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

2. Технологии медиа-маркетинга в современной информационно-библиотечной сфере.

Форма проведения занятий: лекции, практические занятия, тренинги.

Итоговая аттестация: зачет.