

Міністерство освіти і науки України  
Київський університет імені Бориса Грінченка  
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**  
Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи  
О. Б. Жильцов  
\_\_\_\_\_ 2015 р.



**РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ  
ДИСЦИПЛІНИ**

**БІБЛІОТЕЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ**

напрямок підготовки 6.020102 «Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія»

Гуманітарний інститут

2014–2015 рік

Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Бібліотечний менеджмент і маркетинг» за напрямом підготовки 6.020102 «Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія», галузі знань 0201 «Культура».  
2015. – 62 с.

**Розробник:** Сошинська Вікторія Євгенівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами і зв'язків з громадськістю Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка

Робоча навчальна програма затверджена на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від «06» лютого 2015 р. № 7

Завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

\_\_\_\_\_ /Г. В. Горбенко/

Структура програми типова

Години відповідають робочому навчальному плану

Заступник директора з науково-методичної та навчальної роботи

\_\_\_\_\_ /О. В. Єременко/

Схвалено Вченою радою Гуманітарного інституту

Протокол від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2015 р. № \_\_\_

Вчений секретар \_\_\_\_\_ /Т. Л. Видайчук/

©КУБГ, 2015

©Сошинська В. Є., 2015

## ЗМІСТ

Пояснювальна записка.....	4
Структура програми навчальної дисципліни	
I. Опис предмета навчальної дисципліни.....	6
II. Тематичний план навчальної дисципліни.....	7
III. Програма	
<i>Змістовий модуль 1</i> .....	9
<i>Змістовий модуль 2</i> .....	11
<i>Змістовий модуль 3</i> .....	14
<i>Змістовий модуль 4</i> .....	15
IV. Навчально-методична карта дисципліни «Бібліотечний менеджмент і маркетинг».....	18
V. Плани семінарських занять.....	20
VI. Завдання для самостійної роботи.....	26
VII. Індивідуальна робота.....	30
VIII. Система поточного та підсумкового контролю.....	31
IX. Методи навчання.....	35
X. Методичне забезпечення курсу.....	36
XI. Тести.....	37
XII. Теоретичні питання до екзамену.....	54
XIII. Рекомендована література	
<i>Нормативні та офіційні документи</i> .....	56
<i>Основна</i> .....	56
<i>Додаткова</i> .....	58
Інформаційні ресурси.....	60
Методичні рекомендації до підготовки семінарського заняття.....	61
Методичні рекомендації до самостійної роботи студентів.....	62

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Відповідно до Навчального плану Київського університету імені Бориса Грінченка курс «Бібліотечний менеджмент і маркетинг» відноситься до нормативної частини циклу професійної та практичної підготовки за напрямом підготовки 6.020102 «Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія».

**Мета дисципліни** – формування у студентів системи теоретичних, методичних знань про організацію, різні види, процеси, технологію бібліотечного менеджменту та маркетингу.

**Завдання** навчальної дисципліни орієнтовані на набуття студентами системи знань, умінь та досвіду, що включають:

- знання про теоретичні та практичні проблеми бібліотечного менеджменту та маркетингу;

- знання, уміння та досвід виконання технологічних процесів адміністративно-управлінської діяльності: методів розробки, прийняття, контроль за виконанням управлінських рішень, управління персоналом, пошук додаткових джерел фінансування;

- знання та розуміння основних принципів та інструментарію маркетингу в практиці управління бібліотечно-інформаційними установами;

- знання про організацію бібліотечного маркетингу: маркетинг самої бібліотеки, маркетинг ідей, маркетинг бібліотечно-інформаційних й бібліографічних продуктів та послуг.

У результаті вивчення курсу студент повинен **знати**:

- понятійно-категоріальний апарат бібліотечного менеджменту та маркетингу та його нормативне забезпечення;

- основні вітчизняні та зарубіжні дослідження з бібліотечного менеджменту та маркетингу;

- структуру системи бібліотечного менеджменту та маркетингу, їх мету та завдання, принципи діяльності, суб'єкти, об'єкти, засоби і технологію;

- основні функції менеджменту та маркетингу;

- як здійснювати стратегічне планування діяльності бібліотеки;

- основні компоненти комплексу бібліотечного маркетингу.

На основі отриманих знань студент повинен **вміти**:

- використовувати спеціальну термінологію в науково-практичній діяльності;
- застосовувати теоретичні знання при проходженні практичних занять та у майбутній професійній діяльності;
- розробляти стратегічний план діяльності (розвитку) бібліотеки, аналізувати та оцінювати його виконання;
- визначати місію та пріоритети розвитку бібліотеки;
- робити аналіз сильних та слабких сторін діяльності бібліотеки;
- визначати можливості та загрози розвитку бібліотеки;
- робити аналіз оточення бібліотеки;
- планувати маркетингову діяльність бібліотеки;
- планувати, проводити маркетингові дослідження, обробляти їх результати;
- використовувати результати маркетингових досліджень у практичній діяльності бібліотеки та при розробці стратегії її діяльності.

Курс інтегрується з такими дисциплінами, як «Бібліографознавство», «Документознавство», «Соціальні комунікації», «Бібліографічна діяльність», «Бібліотечно-інформаційне обслуговування користувачів», «Стандартизація у видавничій та бібліотечно-бібліографічній сфері», «Автоматизація бібліотечно-бібліографічних процесів», «Комп'ютерно-видавничі технології», «Українська мова (за професійним спрямуванням)».

Теоретичні питання навчальної дисципліни розглядаються на лекціях, поглибленню теоретичних знань сприяють семінарські заняття. До кожного з чотирьох змістових модулів розроблені тести для модульних контрольних робіт, які дозволять виявити рівень оволодіння студентами теоретичними питаннями та конкретним фактичним матеріалом.

Дисципліна обсягом 180 годин, у тому числі: 28 год. – лекційних, 28 год. – семінарських занять, 8 год. – індивідуальна робота, 8 год. – модульні контрольні роботи, 72 год. – самостійна робота, 36 год. – екзамен. Студентам надається список рекомендованої до вивчення літератури та перелік інформаційних ресурсів мережі Інтернет для опрацювання. Викладання дисципліни розраховано на один семестр та завершується *екзаменом*.

## СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет: бібліотечний менеджмент і маркетинг

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
<p>Кількість кредитів, відповідних ECTS – 5</p> <p>Змістових модулів – 4</p> <p>Обсяг дисципліни (години) – 180</p> <p>Тижневих годин – 4</p>	<p>Галузь знань 0201 «Культура»</p> <p>Напрямок підготовки 6.020102 «Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія»</p> <p>Освітньо-кваліфікаційний рівень: «бакалавр»</p>	<p>Нормативна</p> <p><b>Рік підготовки:</b> 3-й</p> <p><b>Семестр:</b> 6-й</p> <p><b>Аудиторні заняття:</b> 64 год., з них: <b>лекції</b> (теоретична підготовка) – 28 год., <b>семінарські заняття</b> – 28 год.</p> <p><b>Індивідуальна робота:</b> 8 год.</p> <p><b>Модульні контрольні роботи:</b> 8 год.</p> <p><b>Самостійна робота:</b> 72 год.</p> <p><b>Вид контролю:</b> <i>екзамен</i> – 36 год.</p>

## II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							Підсумковий контроль
	Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семинарських	Індивідуальна робота	Самостійна робота	
<b>Змістовий модуль 1</b> <b>Методологія бібліотечного менеджменту</b>								
<b>Тема 1.</b> Менеджмент: види, методи та інструменти	4	4	2		2			
<b>Тема 2.</b> Визначення бібліотечного менеджменту	10	4	2		2		6	
<b>Тема 3.</b> Стратегічне управління і стратегічне планування	24	12	2		2	8	12	
<b>Тема 4.</b> Операційний менеджмент у бібліотеці	4	4	2		2			
<i>Модульна контрольна робота</i>	2							2
<b>Разом за модулем 1</b>	<b>44</b>	<b>24</b>	<b>8</b>		<b>8</b>	<b>8</b>	<b>18</b>	<b>2</b>
<b>Змістовий модуль 2</b> <b>Організація управління бібліотекою</b>								
<b>Тема 5.</b> Проектний менеджмент	11	4	2		2		7	
<b>Тема 6.</b> Кадровий менеджмент	11	4	2		2		7	
<b>Тема 7.</b> Антикризове управління бібліотекою	6	4	2		2		2	
<b>Тема 8.</b> Стиль керівництва. Лідерство і командний підхід	6	4	2		2		2	
<i>Модульна контрольна робота</i>	2							2
<b>Разом за модулем 2</b>	<b>36</b>	<b>16</b>	<b>8</b>		<b>8</b>		<b>18</b>	<b>2</b>
<b>Змістовий модуль 3</b> <b>Бібліотечний маркетинг</b>								
<b>Тема 9.</b> Сучасні концепції бібліотечного маркетингу	8	4	2		2		4	
<b>Тема 10.</b> Основні функції і принципи бібліотечного маркетингу	11	4	2		2		7	
<b>Тема 11.</b> Маркетингове середовище бібліотеки	11	4	2		2		7	
<i>Модульна контрольна робота</i>	2							2
<b>Разом за модулем 3</b>	<b>32</b>	<b>12</b>	<b>6</b>		<b>6</b>		<b>18</b>	<b>2</b>

**Змістовий модуль 4**  
**Комплекс маркетингу у бібліотеці**

<b>Тема 12.</b> Маркетинг-мікс бібліотечних продуктів та послуг	8	4	2		2		4	
<b>Тема 13.</b> Методика та організація маркетингових досліджень	8	4	2		2		4	
<b>Тема 14.</b> Маркетингові комунікації	14	4	2		2		10	
<i>Модульна контрольна робота</i>	2							2
<b>Разом за модулем 4</b>	<b>32</b>	<b>12</b>	<b>6</b>		<b>6</b>		<b>18</b>	<b>2</b>
<b>Екзамен</b>	<b>36</b>							<b>36</b>
<b>Разом за навчальним планом</b>	<b>180</b>	<b>64</b>	<b>28</b>		<b>28</b>	<b>8</b>	<b>72</b>	<b>8/36</b>



### **III. ПРОГРАМА**

#### ***Змістовий модуль 1***

#### **Методологія бібліотечного менеджменту**

#### **Лекції**

##### **Тема 1. Менеджмент: види, методи та інструменти (2 год.)**

Структура і зміст курсу, його місце в системі бібліотекознавчих дисциплін, міждисциплінарні зв'язки курсу, організація навчального процесу.

Визначення «менеджмент», в т. ч. за Оксфордським словником англійської мови, за Месконом.

Характеристика основних компонентів системи менеджменту: мети, суб'єкта діяльності, об'єкта, предмета, ресурсів, процесів, умов, результатів діяльності.

Види менеджменту. Методи менеджменту: адміністративні, економічні, соціально-психологічні. Основні механізми управління (інструменти) та їх особливості: ієрархія, організаційна культура, ринок.

Єдність поверхневого та ціннісного рівня організаційної культури, що утворюють імідж організації.

**Семінарське заняття 1. Теорія світового управління як основа формування концепції бібліотечного менеджменту (2 год.)**

##### **Тема 2. Визначення бібліотечного менеджменту (2 год.)**

Маніфест публічних бібліотек ЮНЕСКО (1994).

Класичні визначення менеджменту М. П. Фолетта, Розмарі Стюарт, Лорі Дж. Маллінз.

Різні стилі менеджменту: менеджмент як наука, менеджмент як мистецтво. Основні навички менеджменту за Трюгстадом: технічні, міжлюдського спілкування, концептуальні, здатність діагностування проблеми, комунікативні, здатність приймати рішення, менеджмент часу.

Основні чотири функції менеджменту: планування, організація, управління та контроль. Кадрове забезпечення.

Бібліотечний менеджмент. Менеджмент та маркетинг бібліотечно-інформаційної діяльності. Основні напрями досліджень у вітчизняному бібліотекознавстві, що стосуються менеджменту та маркетингу бібліотечно-інформаційної сфери.

**Семінарське заняття 2. Понятійна база дисципліни (бібліотечний менеджмент) (2 год.)**

### **Тема 3. Стратегічне управління і стратегічне планування (2 год.)**

Планування в бібліотеці як гарантія того, що орган управління, якому вона підпорядкована, менеджмент і персонал самого закладу розуміють, що має здійснювати бібліотека. Відповідальність директора (за розробку загальних планів роботи) та керівників середньої ланки (за плани підрозділів). Затвердження планів органами влади, яким підпорядковується бібліотека.

Ключовий складник планування – це управління змінами. Корисний елемент планування – оформлення місій, бачення перспективи, стратегій і планів дій.

Стратегічне планування, його функції. Види планів (комплексні, тематичні). Етапи стратегічного планування. Елементи стратегічного плану: огляд здобутків; вивчення проблем; визначення пріоритетів і короткотермінових цілей; розробка стратегій для досягнення визначених цілей; визначення критичних чинників для успіху; розподіл бюджетних коштів; розгортання ресурсів, що забезпечують роботу закладу; вимірювання та оцінювання результатів роботи; перегляд потреб та стратегічних настанов.

Аналіз наявної ситуації, статистики, читацької аудиторії. SWOT-аналіз.

Взаємозв'язок стратегічного і програмно-цільового планування. Зв'язок цільових програм бібліотеки з регіональними (місцевими) програмами.

**Семінарське заняття 3. Правові основи управління бібліотечно-інформаційною галуззю (2 год.)**

### **Тема 4. Операційний менеджмент у бібліотеці (2 год.)**

Операційний менеджмент як різновид функціонального менеджменту. Взаємозв'язок функції організації з управлінням. Поняття операційного

менеджменту та еволюція його розвитку. Цілі та завдання операційного менеджменту. Процес реалізації операційного менеджменту. Функції, методи і принципи операційного менеджменту.

Операційна стратегія. Загальна характеристика змісту операційної стратегії бібліотек. Операційна система організації. Операційна діяльність: ресурси, процеси та результати.

Управління процесом проектування операційної системи. Організація виробничого та обслуговуючого процесів у бібліотеках. Організація обслуговуючих підрозділів бібліотек.

Управління поточним функціонуванням операційної системи. Управління трудовими процесами та нормування праці. Сутність і завдання організації та нормування праці. Основні види норм праці. Методи нормування праці. Нормативні матеріали для нормування праці. Класифікація затрат часу. Загальна характеристика методів дослідження трудових процесів і затрат робочого часу.

**Семінарське заняття 4. Стратегічне та програмно-цільове планування діяльності (2 год.)**

### *Змістовий модуль 2*

#### **Організація управління бібліотекою**

##### **Тема 5. Проектний менеджмент (2 год.)**

Управління проектами. Сутність проектного підходу до управління організацією. Планування проектів. Поопераційний перелік робіт. Методи сітьового планування: переваги та недоліки.

Проект розвитку бібліотеки як один із засобів отримання позабюджетних коштів. Благодійні фонди, що надають фінансову допомогу бібліотекам в Україні. Типи проектів (бізнес-проекти, наукові проекти, некомерційні проекти), їхні особливості.

Заявки (аплікації) на одержання грантів під цільові проекти. Особливості врахування конкретних вимог грантового конкурсу чи програми, до яких робиться заявка. Рекомендації до процесу складання заявки на грант: 1) чітке

формулювання мети, яку планують досягти проектом; 2) дотримання вимог конкурсів та грантових програм, врахування цілей й інтересів грантодавця; 3) реалістичний кошторис проекту; 4) викладення матеріалу конкретно, у формі, зрозумілій для нефхівців; 5) попередня експертиза фахівців, що мають досвід успішної співпраці з грантодавцями; 6) обсяги передбачених робіт та розмір кошторису мають відповідати типовим розмірам грантів, що підтримувалися цією програмою (організацією); 7) надання звіту для організацій-грантодавців, після реалізації проекту про його успішне виконання.

### **Семінарське заняття 5. Співпраця бібліотеки з благодійними фондами та міжнародними організаціями (2 год.)**

#### **Тема 6. Кадровий менеджмент (2 год.)**

Менеджмент персоналу. Сучасна концепція управління персоналом, її пріоритети (кооперація, якість, партнерство, інтеграція). Визначення мотивації за тлумачним словником Вебстера, Д. Датта Роя.

Засоби стилю менеджменту, що орієнтовані на особистість працівника: аналіз роботи конкретної людини; врахування людського фактора; добір кадрів; ставлення до роботи; чітке розуміння своєї ролі; перепідготовка; опитування; культура праці.

Інструменти менеджменту персоналу. Адекватні посадові інструкції. Універсальний інструмент менеджменту – регулярні (щорічні) наради з питань розвитку між працівниками і керівниками. Наради з обміну досвідом з колегами з інших бібліотек. Професійне навчання. Інтернет-тренінги.

Розвиток творчої ініціативи. Сприяння бібліотечним працівникам в їх участі у бібліотечних асоціаціях, з метою удосконалення професійних навичок.

Оплата праці в бібліотеках України. Використання механізмів соціального захисту, ринкової саморегуляції, партнерства у підвищенні рівня оплати праці. Матеріальні і моральні стимули мотивації праці.

### **Семінарське заняття 6. Нові підходи до управління трудовими ресурсами бібліотек (2 год.)**

#### **Тема 7. Антикризове управління бібліотекою (2 год.)**

Бібліотека будь-якої установи чи громади – довготривала інвестиція, що повинна належно фінансуватися. Залежність бібліотеки від системи фінансування у своєму відомстві чи органі самоврядування. Пошук позабюджетних фінансових джерел.

Головні джерела фінансування: кошти місцевого, регіонального чи державного бюджету; спеціальні гранти (цільові кошти чи субвенції) з бюджетів різних рівнів; благодійні пожертви від організацій чи приватних осіб; надходження від комерційної діяльності, наприклад, продажу книжок, творів мистецтва чи художніх ремесел, від оренди приміщень; грошові надходження від читачів, зокрема – штрафи; надходження за користування платними послугами (ксерокопіювання, друк текстів); спонсорські кошти; надходження від організації спеціальних лотерей.

Платні послуги в бібліотеках, як інструментарій для забезпечення збалансованості бюджету.

**Семінарське заняття 7. Платні бібліотечні послуги та політика ціноутворення (2 год.)**

### **Тема 8. Стиль керівництва. Лідерство і командний підхід (2 год.)**

Основи лідерства. Визначення понять. Тестування як засіб виявлення лідерських якостей. Оцінка параметрів особистого розвитку лідера. Поняття «самоорганізації». Раціональний розподіл і використання часу, шляхи підвищення працездатності. Основи комунікації лідера. Влада і повноваження лідера.

Як успішно сформувати команду. Основні поняття командного підходу. Фактори успішної роботи команди. Механізми і підходи до вирішення проблем, прийняття рішень, ефективного планування.

Зміни у професійному навчанні бібліотекарів із використанням активних та інтерактивних форм навчання. Роль методичних служб бібліотеки в навчанні бібліотекарів.

**Семінарське заняття 8. Соціально-психологічні засади управління колективом бібліотеки (2 год.)**

### **Змістовий модуль 3**

#### **Бібліотечний маркетинг**

##### **Тема 9. Сучасні концепції бібліотечного маркетингу (2 год.)**

Маркетинг як соціально-економічна категорія. Функції маркетингу: аналітична та управлінська, їхні характеристики і значення. Види маркетингу (комерційний, некомерційний, інтенсивний, стимулюючий, розвиваючий, конверсійний). Принципи маркетингової діяльності. Структура бібліомаркетингу: маркетингові дослідження попиту, потреб, складу реальних та потенційних користувачів бібліотеки, оцінка якості бібліотечних послуг, прогнозування попиту на послуги, моделювання репертуару та організація надання послуг, формування (стимулювання) попиту, оцінка результатів. Структурні підрозділи (робочі групи), що здійснюють маркетингову діяльність. Вимоги до обсягу знань, вмінь бібліотечного маркетолога.

##### **Семінарське заняття 9. Бібліомаркетинг як нова концепція управління бібліотекою (2 год.)**

##### **Тема 10. Основні функції і принципи бібліотечного маркетингу (2 год.)**

Офіційне визначення маркетингу Американською маркетинговою асоціацією. Комерційний маркетинг. Некомерційний маркетинг. Бібліотечний маркетинг.

Функції маркетингу: вивчення зовнішнього середовища; вивчення користувача; розробка маркетингової товарної політики; розробка маркетингової цінової політики; розробка маркетингової політики розподілу; розробка маркетингової політики комунікації; забезпечення соціальної відповідальності; управління маркетинговою діяльністю.

Принципи маркетингу: постійний пошук і максимальна повага до споживача, орієнтованість на його потреби й вимоги; гнучкість у досягненні поставленої мети шляхом адаптації до вимог ринку з одночасним спрямованим впливом на нього; комплексний підхід до розробки маркетингових планів, який передбачає використання не окремих маркетингових заходів, а комплексу маркетингу; спрямованість на довгострокову перспективу розвитку організації.

**Семінарське заняття 10. Маркетинг як частина управлінської діяльності. Економіка бібліотечної справи (2 год.)**

**Тема 11. Маркетингове середовище бібліотеки (2 год.)**

Елементи маркетингового середовища за Ф. Котлером.

Проблеми формування і розвитку маркетингового середовища бібліотеки. Вивчення зовнішнього середовища, його змін, завдяки маркетинговим дослідженням. Мікро- та макросередовище.

Макросередовище, фактори системної дії (політичні, правові, економічні, демографічні, географічні, національні, соціокультурні, науково-технічні, технологічні та ін.).

Мікросередовище (контактна аудиторія), фактори, що не контролюються бібліотекою (постачальники, споживачі (користувачі), конкуренти, контрагенти); певною мірою контролюються (вибір і корекція діяльності, визначення цілей, роль маркетингу в системі управління, загальний рівень професіоналізму та маркетингової культури персоналу); що знаходяться в сфері управлінського впливу бібліотеки (мета діяльності, вибір основних напрямів маркетингу, пріоритети, тип маркетингової служби).

Елементи мікросередовища бібліотеки: фінансові структури, громадські організації, контактні аудиторії ЗМІ, місцеві контактні аудиторії, внутрішні контактні аудиторії.

**Семінарське заняття 11. Вивчення і оцінка зовнішнього і внутрішнього середовища бібліотеки (маркетинговий аудит) (2 год.)**

*Змістовий модуль 4*

**Комплекс маркетингу у бібліотеці**

**Тема 12. Маркетинг-мікс бібліотечних продуктів та послуг (2 год.)**

Маркетинг як головний засіб впливу бібліотеки на користувача.

Маркетинг-мікс або комплекс маркетингу. Класичний комплекс маркетингу: продукт, ціна, доставка продукту споживачеві, просування продукту.

Розширена модель маркетинг-міксу, що включає додаткові компоненти: людей, процеси, фізична наявність.

Аналіз діяльності бібліотеки відповідно до комплексу маркетингу.

### **Семінарське заняття 12. Особливості маркетингу інформаційних продуктів та послуг (2 год.)**

#### **Тема 13. Методика та організація маркетингових досліджень (2 год.)**

Маркетингові дослідження як систематизований процес збирання, накопичення, оброблення та аналізу інформації, яка відображає реальну внутрішню і зовнішню ситуацію, з метою прийняття управлінських рішень.

Мета дослідження – очікуваний кінцевий результат, який обумовлює загальну направленість дослідження. Завдання дослідження – сукупність конкретних цільових установок, направлених на аналіз і вирішення проблеми. Основні завдання маркетингових досліджень. Об'єкт дослідження, предмет.

Основні етапи дослідження. Основний інструментарій зі збору даних: опитування громадської думки, спостереження, тести, експеримент. Анкетування, інтерв'ю, експертні оцінки.

Аналіз зібраних даних за допомогою аналітико-логічних, обчислювальних та економіко-математичних методів.

Основні методологічні принципи, що забезпечують ефективність маркетингових досліджень: об'єктивність, систематичність, комплексність, безперервність, оперативність.

Маркетингове дослідження як початок і логічне закінчення будь-якого циклу маркетингової діяльності організації.

### **Семінарське заняття 13. Організація проведення маркетингових досліджень (2 год.)**

#### **Тема 14. Маркетингові комунікації (2 год.)**

Зв'язки з громадськістю, органами влади, спонсорами. Популяризація роботи бібліотеки серед різних цільових груп, серед них: керівники органів влади, фірм – потенційних спонсорів, загалом – особи, що приймають важливі рішення; ЗМІ; читачі (користувачі), широкий суспільний загал.



Популяризація, реклама, промоція. Роз'яснення великих можливостей, пов'язаних з розвитком новітніх інформаційних технологій, наданням електронних послуг. Прямі контакти зі ЗМІ. Будь-яке поширення позитивної інформації про бібліотеку – частина маркетингу та промоції.

Маркетинговий план, його мета. Маркетингові заходи: використання друкованих, електронних та інших ЗМІ; використання виставок і презентацій; ефективні вивіски та вказівні написи; регулярне видання буклетів, бібліографічних брошур; проведення кампаній з пропаганди книжки й читання; цілеспрямовані кампанії із задоволенням потреб людей з обмеженими можливостями; участь у книжкових ярмарках; створення веб-сторінок бібліотек; формування для своїх веб-сайтів «лінків» до споріднених веб-сайтів і порталів; ініціювання утворення груп «друзів бібліотеки»; відзначення визначних дат та ювілеїв; розміщення даних про бібліотеку в телефонних та інших довідниках; фандрейзингова діяльність; участь у громадських слуханнях, контакт з місцевою громадою; створення спеціальних бібліотечних видань (наприклад, історії бібліотеки, історії місцевої громади, університету тощо).

**Семінарське заняття 14. Управління маркетинговими комунікаціями бібліотек (2 год.)**

#### IV. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ

##### «Бібліотечний менеджмент і маркетинг»

Разом: 180 год., лекції – 28 год., семінарські заняття – 28 год., індивідуальна робота – 8 год., самостійна робота – 72 год., модульний контроль – 8 год., семестровий контроль – 36 год.

<b>Модуль</b>	<i>Змістовий модуль 1</i>			
<b>Назва модуля</b>	<b>Методологія бібліотечного менеджменту</b>			
<b>Кількість балів за модуль</b>	123 б.			
<b>Лекції</b>	Відвідування – 4 б.			
<b>Теми лекцій</b>	<i>Тема 1. Менеджмент: види, методи та інструменти (1 б.)</i>	<i>Тема 2. Визначення бібліотечного менеджменту (1 б.)</i>	<i>Тема 3. Стратегічне управління і стратегічне планування (1 б.)</i>	<i>Тема 4. Операційний менеджмент у бібліотеці (1 б.)</i>
<b>Теми семінарських занять</b>	<i>Семінарське заняття 1. Теорія світового управління як основа формування концепції бібліотечного менеджменту – 1+10 б.</i>	<i>Семінарське заняття 2. Понятійна база дисципліни (бібліотечний менеджмент) – 1+10 б.</i>	<i>Семінарське заняття 3. Правові основи управління бібліотечно-інформаційною галуззю – 1+10 б.</i>	<i>Семінарське заняття 4. Стратегічне та програмно-цільове планування діяльності бібліотек – 1+10 б.</i>
<b>Самостійна робота (СР)</b>	5x4=20 б.			
<b>ІНДЗ</b>	30 б.			
<b>Види поточного контролю</b>	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.			
<b>Модуль</b>	<i>Змістовий модуль 2</i>			
<b>Назва модуля</b>	<b>Організація управління бібліотекою</b>			
<b>Кількість балів за модуль</b>	103 б.			
<b>Лекції</b>	Відвідування – 4 б.			
<b>Теми лекцій</b>	<i>Тема 5. Проектний менеджмент (1 б.)</i>	<i>Тема 6. Кадровий менеджмент (1 б.)</i>	<i>Тема 7. Антикризове управління бібліотекою (1 б.)</i>	<i>Тема 8. Стиль керівництва. Лідерство і командний підхід (1 б.)</i>
<b>Теми семінарських занять</b>	<i>Семінарське заняття 5. Співпраця бібліотеки з благодійними фондами та міжнародними організаціями – 1+10 б.</i>	<i>Семінарське заняття 6. Нові підходи до управління трудовими ресурсами бібліотек – 1+10 б.</i>	<i>Семінарське заняття 7. Платні бібліотечні послуги та політика ціноутворення – 1+10 б.</i>	<i>Семінарське заняття 8. Соціально-психологічні засади управління колективом бібліотеки – 1+10 б.</i>
<b>Самостійна робота (СР)</b>	5x6=30 б.			
<b>Види поточного контролю</b>	Модульна контрольна робота 2 – 25 б.			

<b>Модуль</b>	<b>Змістовий модуль 3</b>		
<b>Назва модуля</b>	<b>Бібліотечний маркетинг</b>		
<b>Кількість балів за модуль</b>	86 б.		
<b>Лекції</b>	Відвідування – 3 б.		
<b>Теми лекцій</b>	<i>Тема 9.</i> Сучасні концепції бібліотечного маркетингу (1 б.)	<i>Тема 10.</i> Основні функції і принципи бібліотечного маркетингу (1 б.)	<i>Тема 11.</i> Маркетингове середовище бібліотеки (1 б.)
<b>Теми семінарських занять</b>	<i>Семінарське заняття 9.</i> Бібліомаркетинг як нова концепція управління бібліотекою – 1+10 б.	<i>Семінарське заняття 10.</i> Маркетинг як частина управлінської діяльності. Економіка бібліотечної справи – 1+10 б.	<i>Семінарське заняття 11.</i> Вивчення і оцінка зовнішнього і внутрішнього середовища бібліотеки (маркетинговий аудит) – 1+10 б.
<b>Самостійна робота (СР)</b>	5x5=25 б.		
<b>Види поточного контролю</b>	Модульна контрольна робота 3 – 25 б.		
<b>Модуль</b>	<b>Змістовий модуль 4</b>		
<b>Назва модуля</b>	<b>Комплекс маркетингу у бібліотеці</b>		
<b>Кількість балів за модуль</b>	76 б.		
<b>Лекції</b>	Відвідування – 3 б.		
<b>Теми лекцій</b>	<i>Тема 12.</i> Маркетинг-мікс бібліотечних продуктів та послуг (1 б.)	<i>Тема 13.</i> Методика та організація маркетингових досліджень (1 б.)	<i>Тема 14.</i> Маркетингові комунікації (1 б.)
<b>Теми семінарських занять</b>	<i>Семінарське заняття 12.</i> Особливості маркетингу інформаційних продуктів та послуг – 1+10 б.	<i>Семінарське заняття 13.</i> Організація проведення маркетингових досліджень – 1+10 б.	<i>Семінарське заняття 14.</i> Управління маркетинговими комунікаціями бібліотек – 1+10 б.
<b>Самостійна робота (СР)</b>	5x3=15 б.		
<b>Види поточного контролю</b>	Модульна контрольна робота 4 – 25 б.		
<b>Підсумковий контроль</b>	Екзамен – 40 б.		

## **V. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ**

### *Змістовий модуль 1*

#### **Методологія бібліотечного менеджменту**

#### **Семінарське заняття 1. Теорія світового управління як основа формування концепції бібліотечного менеджменту (2 год.)**

1. Різноманітні школи менеджменту і їх роль у сучасному управлінні.
2. Процесний підхід і його значення для удосконалення управління бібліотечною діяльністю.
3. Системний та ситуативний підходи як інтеграційні концепції управління.
4. Характеристика, роль системного та ситуативного підходів в розвитку науки управління і практики бібліотечного менеджменту.
5. Сучасні тенденції в розвитку менеджменту, їх врахування в управлінні бібліотекою.

*Базова література: 5, 9, 10, 11, 16, 21*

*Додаткова література: 31, 33, 42*

#### **Семінарське заняття 2. Понятійна база дисципліни (бібліотечний менеджмент) (2 год.)**

1. Автоматизована система управління бібліотечною роботою. Авторитет. Адміністративні методи управління персоналом бібліотеки.
2. Бібліотечна статистика. Бібліотечна технологія. Бібліотечний маркетинг. Бібліоменеджер. Бібліотечний менеджмент. Благодійна підтримка бібліотеки. Бюджет бібліотеки.
3. Внутрішнє середовище бібліотеки. Внутрішньобібліотечна нормативна документація.
4. Договірні відносини в умовах бібліотеки.
5. Економіка бібліотеки. Економіка бібліотечної справи. Економіко-правовий захист бібліотечного фонду.
6. Застава (заставні відносини). Зовнішнє середовище бібліотеки.
7. Імідж. Ініціативна господарська діяльність бібліотеки. Інструктивно-методичний документ. Інновація.

8. Кар'єра. Комплекс бібліотечного маркетингу. Контракт.
9. Маркетинг. Матеріальна відповідальність. Матеріально-технічна база бібліотеки. Менеджер. Менеджмент. Методична робота. Методичне керівництво. Методи керівництва бібліотечним колективом. Методи управління.
10. Наукова організація бібліотечної праці. Неустойка. Норми та нормативи.
11. Оплата праці. Організаційна структура. Організація праці. Організаційно-економічні методи управління персоналом бібліотеки.
12. PR (зв'язки з громадськістю). Планування. Платні послуги (обслуговування в бібліотеці. Посадова інструкція. Правила користування бібліотекою. Прогнозування. Програмно-цільове управління бібліотекою. Професіограма.
13. Ресурси. Ресурсний комплекс бібліотеки. Розподіл праці.
14. Самофінансування. Соціально-психологічні методи управління персоналом бібліотеки. Спонсор. Статут бібліотеки. Стиль управління. Стратегія управління.
15. Трудовий договір. Трудові ресурси.
16. Управління.
17. Фізична особа. Фінансування бібліотек. Фірмовий стиль. Функції управління.
18. Юридична особа.

*Базова література: 3, 5, 13, 16, 20, 21,*

*Додаткова література: 28, 29, 31, 32, 45, 46, 47*

### **Семінарське заняття 3. Правові основи управління бібліотечно-інформаційною галуззю (2 год.)**

1. Сучасні типи і моделі управління, їх застосування в бібліотечному менеджменті.
2. Об'єкт і предмет бібліотечного менеджменту. Значення категорій та понять менеджменту в реформуванні управління бібліотечною діяльністю.

3. Правова регламентація вітчизняної бібліотечно-інформаційної діяльності.
4. Міжнародні політико-правові акти, що регулюють бібліотечно-інформаційну діяльність.
5. Нормативні та підзаконні акти бібліотечно-інформаційної галузі, їх роль та призначення.

*Базова література: 1, 2, 3, 5, 12, 13, 17*

*Додаткова література: 26, 31, 40*

#### **Семінарське заняття 4. Стратегічне та програмно-цільове планування діяльності бібліотек (2 год.)**

1. Відмінні риси методу стратегічного планування.
2. Етапи стратегічного планування.
3. Розділи, які визначають структуру стратегічного плану.
4. Забезпечення реалізації стратегічного плану.
5. Доцільність і особливості програмно-цільового планування діяльності бібліотек.

*Базова література: 5, 8, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 23*

*Додаткова література: 26, 31, 38, 42, 43*

#### **Змістовий модуль 2 Організація управління бібліотекою**

#### **Семінарське заняття 5. Співпраця бібліотеки з благодійними фондами та міжнародними організаціями (2 год.)**

1. Значення проектної діяльності в управлінні розвитком бібліотеки.
2. Відмінність між проектом і програмою розвитку.
3. Специфіка постановки проблеми у некомерційному проекті бібліотеки.
4. Характеристика етапів роботи над створенням проекту.
5. Особливості контролю за фінансовими витратами під час реалізації проекту.

*Базова література: 4, 5, 12, 13, 14, 16, 19, 23*

*Додаткова література: 27, 31, 42*

## **Семінарське заняття 6. Нові підходи до управління трудовими ресурсами бібліотек (2 год.)**

1. Сутність нового підходу до управління персоналом.
2. Характеристика принципів, що використовуються для формування кадрових ресурсів бібліотеки.
3. Практика використання економічних методів управління персоналом.

*Базова література: 3, 5, 12, 15, 16, 20, 21, 23*

*Додаткова література: 24, 31, 33, 40, 42*

## **Семінарське заняття 7. Платні бібліотечні послуги та політика ціноутворення (2 год.)**

1. Платні послуги як один із засобів здійснення ініціативної економічної діяльності бібліотеки.
2. Зовнішні та внутрішні чинники впровадження додаткових послуг.
3. Види платних послуг.
4. Нормативно-правові документи, методичні матеріали, результати соціологічних досліджень, документи ІФЛА/ЮНЕСКО, щодо впровадження платних інформаційно-бібліотечних послуг.

*Базова література: 4, 7, 8, 9, 11, 16, 19, 22, 23*

*Додаткова література: 25, 27, 34, 35, 39, 41, 43, 48*

## **Семінарське заняття 8. Соціально-психологічні засади управління колективом бібліотеки (2 год.)**

1. Чинники, що впливають на створення оптимального соціально-психологічного клімату в колективі.
2. Формальні і неформальні групи. Роль керівника в управлінні неформальними групами.
3. Конфлікти в колективі, їх класифікація. Управління конфліктами з боку керівництва бібліотеки.
4. Прогресивні концепції мотивації в управлінні персоналом бібліотеки.

*Базова література: 3, 5, 12, 15, 16, 20, 21, 23*

*Додаткова література: 24, 31, 33, 40, 42*

### **Змістовий модуль 3**

#### **Бібліотечний маркетинг**

##### **Семінарське заняття 9. Бібліомаркетинг як нова концепція управління бібліотекою (2 год.)**

1. Сутність, принципи бібліотечного маркетингу.
2. Головні компоненти маркетингового комплексу бібліотеки.
3. Роль маркетингових досліджень в управлінській стратегії і тактиці.
4. Структура і вимоги до служби маркетингу публічної бібліотеки.

*Базова література: 4, 9, 11, 16, 19, 22, 23*

*Додаткова література: 25, 26, 27, 35, 37, 39, 43, 48, 49*

##### **Семінарське заняття 10. Маркетинг як частина управлінської діяльності. Економіка бібліотечної справи (2 год.)**

1. Економічні основи функціонування бібліотек. Фінансування. Економічний аналіз.
2. Обґрунтування оптимального співвідношення платності і безплатності в бібліотечно-інформаційному обслуговуванні.
3. Принцип формування системи платного бібліотечно-інформаційного обслуговування.
4. Визначення оптимальної моделі номенклатури госпрозрахункових бібліотечно-бібліографічних, інформаційних та сервісних послуг.

*Базова література: 4, 8, 9, 10, 11, 16, 19, 22, 23*

*Додаткова література: 25, 26, 27, 35, 36, 39, 41, 43, 49*

##### **Семінарське заняття 11. Вивчення і оцінка зовнішнього і внутрішнього середовища бібліотеки (маркетинговий аудит) (2 год.)**

1. Вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на діяльність бібліотеки.
2. Поділ зовнішніх факторів на макро- та мікросередовище.
3. Попит користувачів бібліотеки та маркетингові характеристики.
4. Вивчення внутрішніх факторів, в т. ч. користувачів та бібліотечних працівників.



*Базова література: 4, 7, 9, 11, 16, 17, 22, 23*

*Додаткова література: 26, 27, 35, 36, 39, 41, 43, 44, 48, 49*

### **Змістовий модуль 4**

#### **Комплекс маркетингу у бібліотеці**

#### **Семінарське заняття 12. Особливості маркетингу інформаційних продуктів та послуг (2 год.)**

1. Інформаційний маркетинг як інструмент управління ринковою діяльністю інформаційної структури.
2. Комерційний і некомерційний інформаційний маркетинг.
3. Особливості маркетингу послуг.
4. Комплекс маркетингу інформаційних продуктів та послуг.
5. Маркетинг взаємодії як напрям маркетингової діяльності інформаційної установи (бібліотеки).

*Базова література: 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 16, 19, 22, 23*

*Додаткова література: 25, 26, 27, 34, 35, 39, 41*

#### **Семінарське заняття 13. Організація проведення маркетингових досліджень (2 год.)**

1. Маркетингові дослідження як інструмент комплексного вивчення бібліотечно-інформаційного ринку.
2. Основні етапи маркетингових досліджень.
3. Завдання, функції та структура системи маркетингової інформації.
4. Підсистема внутрішньої інформації, підсистема зовнішньої інформації.
5. Підсистема інформації про об'єкти маркетингових досліджень, підсистема інформації про об'єкти ситуаційного аналізу.

*Базова література: 7, 8, 11, 16, 17, 21, 22, 23*

*Додаткова література: 27, 37, 39, 42, 43, 46*

#### **Семінарське заняття 14. Управління маркетинговими комунікаціями бібліотек (2 год.)**

1. Зміст, цілі, засоби комунікаційної діяльності бібліотек.

2. Маркетингові комунікації як комплексний вплив на внутрішнє і зовнішнє середовище для досягнення цілей діяльності бібліотеки.
3. Комплекс маркетингових заходів бібліотеки.
4. Реклама, її види у комунікаційній політиці бібліотеки.
5. Використання паблісіті (відомостей) та зв'язки з громадськістю в системі маркетингу бібліотеки.

*Базова література: 3, 4, 8, 9, 11, 12, 14, 16, 19, 22, 23*

*Додаткова література: 25, 26, 27, 31, 34, 35, 36, 39, 40, 42, 43, 46, 47, 48*

## **VI. Завдання для самостійної роботи**

### **Змістовий модуль 1**

#### **Методологія бібліотечного менеджменту (18 год.)**

1. Ознайомитися із загальними положеннями Закону України «Про бібліотеки і бібліотечну справу». Зробити конспект Ст. 11, Розділу VI (Ст. 19, Ст. 20) – 2 год.
2. Скласти термінологічний словничок з менеджменту, використавши офіційні, довідкові, виробничо-практичні та навчальні видання – 4 год.
3. Заповнити матрицю для визначення місії бібліотеки. Результати представити в таблиці – 4 год.

Користувачі бібліотеки	Потреби, інтереси користувачів	Послуги бібліотеки	Результати послуг для користувачів	Цінності

4. Заповнити матрицю для розробки стратегічного плану. Результати представити в таблиці – 8 год.

Формулювання місії бібліотеки	
Аналіз пройденого шляху	
Формування бачення майбутнього бібліотеки	
Аналіз сильних і слабких сторін роботи бібліотеки	
Аналіз значущого оточення	
Перевірка місії	
Аналіз перешкод та їх причини	
Розробка стратегій розвитку	
Планування дій	

### **Змістовий модуль 2**

#### **Організація управління бібліотекою (18 год.)**

1. Ознайомитися із загальними положеннями Закону України «Про бібліотеки і бібліотечну справу». Зробити конспект Розділу VIII (Ст. 24, Ст. 25) – 2 год.

2. Ознайомитися з Типовими нормами часу на основні процеси бібліотечної роботи та зробити конспект норм робота з організації праці та управління (9) – планування роботи, щоденний облік роботи в структурних підрозділах, зведений статистичний облік у бібліотеці, складання звітів, звіт перед користувачами і населенням, підготовка виробничих нарад – 2 год.

3. Характеристика Інтернет-ресурсів з проблеми «Програмний і проектний підходи до розвитку бібліотечної сфери». Результати представити в таблиці – 5 год.

№ п.п.	Назва сайту, назва ресурсу (заголовок з екрану)	Електронна адреса (режим доступу)	Рік створення	Характеристика ресурсу (короткий опис та коментар)

4. Ознайомитися із загальними положеннями Закону України «Про бібліотеки і бібліотечну справу». Зробити конспект Розділу Х (Ст. 30) – 2 год.

5. Опрацювати наукові, методичні матеріали, у яких висвітлено вітчизняний і зарубіжний досвід організації підвищення кваліфікації працівників бібліотек – 2 год.

6. Характеристика Інтернет-ресурсів з проблеми «Кадровий менеджмент в бібліотеці». Результати представити в таблиці – 5 год.

№ п.п.	Назва сайту, назва ресурсу (заголовок з екрану)	Електронна адреса (режим доступу)	Рік створення	Характеристика ресурсу (короткий опис та коментар)

### **Змістовий модуль 3**

#### **Бібліотечний маркетинг (18 год.)**

1. Скласти термінологічний словничок з маркетингу, використавши офіційні, довідкові, виробничо-практичні та навчальні видання – 4 год.

2. Характеристика Інтернет-ресурсів з проблеми «Маркетинг як частина управлінської діяльності. Функції маркетингу в бібліотечній сфері». Результати представити в таблиці – 5 год.

№ п.п.	Назва сайту, назва ресурсу (заголовок з екрану)	Електронна адреса (режим доступу)	Рік створення	Характеристика ресурсу (короткий опис та коментар)

3. Ознайомитися з Типовими нормами часу на основні процеси бібліотечної роботи та зробити конспект норм реклама бібліотеки та бібліотечних послуг (7) – організація масових заходів, підготовка книжкових виставок, підготовка до проведення рекламних заходів, наочна реклама бібліотеки – 2 год.

4. Розробити листівку про бібліотеку – 4 год.

Рекомендована послідовність виконання завдання: 1) сформулювати ціль листівки; 2) описати цільову групу листівки, визначити тираж; 3) визначити, як буде розповсюджуватися листівка; 4) створити листівку.

5. Підготувати прес-реліз про навчальний семінар – 3 год.

Рекомендована послідовність виконання завдання: 1) вибрати тему навчального семінару (наприклад, тема «Інтернет-технології в бібліотеках» в рамках підвищення кваліфікації бібліотекарів ЦБС); 2) вказати ЗМІ, для якого розробляється прес-реліз; 3) вказати всі необхідні реквізити; 4) придумати заголовок; 5) сформулювати текст.

### **Змістовий модуль 4**

#### **Комплекс маркетингу у бібліотеці (18 год.)**

1. Ознайомитися з існуючими концепціями маркетингу інформаційних продуктів та послуг. Скласти перелік інформаційних продуктів та інформаційних послуг. Результати представити в таблиці – 4 год.

Інформаційні продукти	Інформаційні послуги

2. Спланувати маркетингове дослідження бібліотеки – 4 год.

Рекомендована послідовність виконання завдання: 1) визначити вид дослідження: дослідження ринку та споживачів (користувачів), дослідження конкурентів, вивчення фірмової структури ринку, дослідження продуктів та послуг, дослідження товароруху та продажів, дослідження систем стимулювання збуту та реклами, дослідження внутрішнього середовища бібліотеки; 2) підготувати технічне завдання для дослідження; 3) розробити анкету для опитування або сценарій інтерв'ю (5 питань); 4) змодельовати результати відповідей; 5) зробити висновки про споживачів (користувачів) на основі змодельованих результатів опитування.

3. Заповнити матрицю створення нових моделей соціального та міжнародного партнерства бібліотеки. Результати представити в таблиці – 10 год.

Ознаки	Модель соціального партнерства	Модель міжнародного партнерства
Хто ваш потенційний партнер? (його основні характеристики: юридична чи фізична особа, сфера основної діяльності...)		
Чому він досі не був вашим партнером?		
Заради чого ви готові об'єднати ваші зусилля?		
Які Ваші можливі спільні заходи?		
Який внесок у спільну справу може запропонувати бібліотека?		

Який внесок у спільну справу може запропонувати ваш партнер?		
Яким ви бачите результат вашої співпраці (якісні характеристики, кількісні характеристики)		

Карту самостійної роботи, де визначено форми академічного контролю, успішність (бали) і термін виконання самостійної роботи студентами, подано у вигляді табл. 6.1.

Таблиця 6.1

### Карта самостійної роботи студента

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
<b>Змістовий модуль 1</b>			
<b>Методологія бібліотечного менеджменту</b>			
1. Ознайомитися із загальними положеннями Закону України «Про бібліотеки і бібліотечну справу». Зробити конспект Ст. 11, Розділу VI (Ст. 19, Ст. 20) – 2 год.	Семінарські заняття, ІНДЗ, модульний контроль	5	
2. Скласти термінологічний словничок з менеджменту, використавши офіційні, довідкові, виробничо-практичні та навчальні видання – 4 год.		5	
3. Заповнити матрицю для визначення місії бібліотеки. Результати представити в таблиці – 4 год.		5	
4. Заповнити матрицю для розробки стратегічного плану. Результати представити в таблиці – 8 год.		5	
<b>Змістовий модуль 2</b>			
<b>Організація управління бібліотекою</b>			
1. Ознайомитися із загальними положеннями Закону України «Про бібліотеки і бібліотечну справу». Зробити конспект Розділу VIII (Ст. 24, Ст. 25) – 2 год.	Семінарські заняття, модульний контроль	5	
2. Ознайомитися з Типовими нормами часу на основні процеси бібліотечної роботи та зробити конспект норм робота з організації праці та управління (9) – 2 год.		5	
3. Характеристика Інтернет-ресурсів з проблеми «Програмний і проектний підходи до розвитку бібліотечної сфери». Результати представити в таблиці – 5 год.		5	
4. Ознайомитися із загальними положеннями Закону України «Про бібліотеки і бібліотечну справу». Зробити конспект Розділу X (Ст. 30) – 2 год.		5	
5. Опрацювати наукові, методичні матеріали, у яких висвітлено вітчизняний і зарубіжний досвід організації підвищення кваліфікації працівників бібліотек – 2 год.		5	
6. Характеристика Інтернет-ресурсів з проблеми «Кадровий менеджмент в бібліотеці». Результати представити в таблиці – 5 год.		5	

<b>Змістовий модуль 3</b>			
<b>Бібліотечний маркетинг</b>			
1. Скласти термінологічний словничок з маркетингу, використавши офіційні, довідкові, виробничо-практичні та навчальні видання – 4 год.	Семінарські заняття, модульний контроль	5	
2. Характеристика Інтернет-ресурсів з проблеми «Маркетинг як частина управлінської діяльності. Функції маркетингу в бібліотечній сфері». Результати представити в таблиці – 5 год.		5	
3. Ознайомитися з Типовими нормами часу на основні процеси бібліотечної роботи та зробити конспект норм реклама бібліотеки та бібліотечних послуг (7) – 2 год.		5	
4. Розробити листівку про бібліотеку – 4 год.		5	
5. Підготувати прес-реліз про навчальний семінар – 3 год.		5	
<b>Змістовий модуль 4</b>			
<b>Комплекс маркетингу у бібліотеці</b>			
1. Ознайомитися з існуючими концепціями маркетингу інформаційних продуктів та послуг. Скласти перелік інформаційних продуктів та інформаційних послуг. Результати представити в таблиці – 4 год.	Семінарські заняття, модульний контроль	5	
2. Спланувати маркетингове дослідження бібліотеки – 4 год.		5	
3. Заповнити матрицю створення нових моделей соціального та міжнародного партнерства бібліотеки. Результати представити в таблиці – 10 год.		5	
<b>Разом: 72 год.</b>		<b>90 балів</b>	

## VII. ІНДИВІДУАЛЬНА РОБОТА

Тематика і зміст індивідуальних завдань з навчальної дисципліни пов'язані з самостійною роботою студентів та орієнтовані на поглиблене вивчення теоретичного матеріалу, закріплення здобутих знань, формування практичних умінь і досвіду роботи з бібліотечного менеджменту і маркетингу.

Індивідуальні завдання з дисципліни також можуть бути пов'язані з науково-дослідною роботою студентів та з подальшим використанням отриманих результатів у курсових і дипломних проектах.

### Тематична контрольна робота (ТКР):

#### «SWOT-аналіз бібліотеки»

Для контролю знань студентів передбачено виконання *тематичної контрольної роботи (ТКР)* до теми 3 «Стратегічне управління і стратегічне планування».

Метою контрольної роботи є сформулювати вміння здійснювати SWOT-аналіз (сильних і слабких сторін) бібліотеки за такими позиціями: приміщення, фонд, технічне оснащення, послуги бібліотеки, імідж бібліотеки, персонал, фінансування, можливості бібліотеки. Студент має виконати контрольну роботу на базі бібліотеки, яка є базою виробничої (технологічної) практики та для порівняння вибрати ще одну бібліотеку.

### Критерії оцінювання ІНДЗ

№ з/п	Критерії оцінювання роботи	Максимальна кількість балів
1	Обґрунтування актуальності, формулювання мети, завдань, аргументування вибору методів дослідження	3
2	Повнота і глибина проведення SWOT-аналізу	10
3	Критичний аналіз результатів SWOT-аналізу, їх виклад у логічній послідовності	5
4	Доказовість висновків, обґрунтованість власної позиції, наявність наукової новизни, визначення перспектив дослідження	5
5	Наведення практичних прикладів	2
6	Дотримання вимог щодо технічного оформлення структурних елементів роботи (титульний аркуш, план, вступ, основна частина, висновки, додатки (якщо є), список використаних джерел)	5
	<b>Разом</b>	<b>30</b>

Оцінка з індивідуальної роботи є обов'язковим балом, який враховується при підсумковому оцінюванні досягнень студентів із навчальної дисципліни «Бібліотечний менеджмент і маркетинг». Студент може набрати максимальну кількість балів за ІНДЗ – 30 балів.

## VIII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Бібліотечний менеджмент і маркетинг» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де

зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 8.1, табл. 8.2.

Таблиця 8.1

**Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю**

№ з/п	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1	Відвідування лекцій	1	14	<b>14</b>
2	Відвідування семінарських занять	1	14	<b>14</b>
3	Виконання завдання для самостійної роботи (домашнього завдання)	5	18	<b>90</b>
4	Робота на семінарському занятті	10	14	<b>140</b>
5	Модульна контрольна робота	25	4	<b>100</b>
6	ІНДЗ	30	1	<b>30</b>
<b>Максимальна кількість балів - 388</b>				

Розрахунок:  $388:60=6,5$

Студент набрав: 350 балів

Оцінка:  $350:6,5= 54$  (бали за семестр), додається екзамен (max 40 балів)

**Методи контролю**

Перевірка й оцінювання знань студентів здійснюється методами контролю та самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності (методи усного, письмового, практичного контролю та методи самоконтролю). Об'єктами контролю є систематичність, активність і результативність роботи студента впродовж семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни в межах аудиторних занять, а також виконання завдань для самостійного опрацювання.

*Поточний контроль* здійснюється під час проведення семінарських занять, він має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи.

Оцінювання самостійної роботи й активності на семінарських заняттях здійснюється за такими критеріями:

1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;



- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- 5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

*Модульний контроль* є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Тестові завдання для проміжного контролю знань студентів охоплюють теми, які вивчаються в межах окремих модулів. Формат тестових завдань передбачає завдання: 1) закритої форми із запропонованими відповідями, в т. ч. альтернативні тестові завдання, що передбачають наявність двох варіантів відповіді, зокрема «так – ні», «правильно – неправильно»; різного рівня складності (перший – потрібно вибрати один з варіантів відповідей, другий – потрібно вибрати правильний або найповніший варіант відповіді); 2) відкритої форми, що дозволяють вільно конструювати відповідь або доповнювати (завершувати) частковий варіант відповіді.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт (тестів) здійснюється з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на семінарських заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;

- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

*Підсумковий контроль* знань передбачений у формі екзамену, проводиться з метою оцінювання результатів навчання після закінчення вивчення дисципліни.

Таблиця 8.2

**Порядок переведення  
рейтингових показників успішності у європейські оцінки ECTS**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену	для заліку
90–100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
82–89	<b>B</b>	добре	
75–81	<b>C</b>		
69–74	<b>D</b>	задовільно	
60–68	<b>E</b>		
35–59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1–34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

*A (90–100) = 5 (відмінно)* – студент виявляє особливі творчі здібності, демонструє глибокі знання навчального матеріалу, що міститься в основних і додаткових рекомендованих джерелах; уміння аналізувати явища, які вивчаються, у їхньому взаємозв'язку та розвитку, чітко й лаконічно, логічно та послідовно відповідати на поставлені запитання; демонструє вміння застосовувати теоретичні положення під час виконання практичних завдань; переконливо аргументує відповіді.

*B (82–89) = 4 (добре)* – студент демонструє міцні ґрунтовні знання навчального матеріалу; вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, застосовує його на практиці; вільно виконує практичні та творчі завдання; самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна.

*C (75–81) = 4 (добре)* – студент має міцні знання навчального матеріалу; уміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача; у цілому самостійно застосовувати їх на практиці; виправляти допущені помилки, серед яких є суттєві, добирати аргументи на підтвердження своїх думок.

*D (69–74) = 3 (задовільно)* – студент відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання та розуміння основних положень, але його знання мають загальний характер; має труднощі з наведенням прикладів при поясненні явищ і закономірностей; з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, серед яких значна кількість суттєвих.

*E (60–68) = 3 (задовільно)* – студент володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні; його знання мають фрагментарний характер, має труднощі з наведенням прикладів при поясненні явищ і закономірностей; допускає суттєві помилки.

*F<sub>X</sub> (35–59) = 2 (незадовільно з можливістю повторного складання)* – студент володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу; не володіє термінологією, оскільки понятійний апарат не сформований; не вміє застосовувати теоретичні положення під час виконання практичних завдань; допускає значні помилки.

*F (1–34) = 2 (незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)* – студент володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання та відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів; повністю не знає матеріал, не працював в аудиторії з викладачем або самостійно.

## ІХ. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Основними організаційними формами навчального процесу з дисципліни «Бібліотечний менеджмент і маркетинг» є лекції, семінарські та індивідуальні заняття, самостійна робота студентів, заходи з контролю знань студентів.

Для активізації процесу навчання при викладенні змісту дисципліни використовуються різноманітні методи навчання, а саме: методи стимулювання

та мотивації навчально-пізнавальної діяльності; методи організації й здійснення навчально-пізнавальної діяльності; методи навчання за джерелом знань (словесні, наочні, практичні).

Зокрема, студенти отримують необхідні з курсу відомості на *проблемних лекціях*, спрямованих на розвиток логічного мислення студентів. Під час таких форм роботи ознайомлення з темою відбувається шляхом акцентування лектором уваги на проблемних питаннях; увага студентів концентрується на матеріалі, що не знайшов відображення в підручниках; розглядаються різні концептуальні підходи до проблеми.

*Робота в малих групах* дає змогу структурувати семінарські заняття за формою й змістом, створює можливості колективного вирішення проблем, забезпечує формування особистісних якостей і досвіду соціального спілкування.

*Семінари-дискусії* передбачають обмін думками учасників з приводу проблемних питань, сприяють розвитку критичного мислення студентів, виробленню вміння аргументувати власну думку, вчать оцінювати пропозиції співрозмовників, критично підходити до власних поглядів.

*Кейс-метод* – метод аналізу конкретних ситуацій – дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціаліста та передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків у процесі опанування навчального матеріалу.

*Презентації* використовують для демонстрації аудиторії результатів роботи малих груп, звітів про виконання самостійної роботи тощо.

*Банк візуального супроводження* сприяє активізації творчого сприйняття змісту дисципліни за допомогою наочності. Лекції, семінарські заняття забезпечуються відповідними мультимедійними презентаціями; забезпечується доступ студентів до комп'ютерної техніки та Інтернету.

## **X. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ**

- ✓ опорні конспекти лекцій; електронні варіанти підручників, навчальних посібників;
- ✓ робоча навчальна програма;

- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект завдань для модульних контрольних робіт);
- ✓ тести;
- ✓ теоретичні запитання до екзамену.

## ХІ. ТЕСТИ

### *Змістовий модуль 1*

#### **Методологія бібліотечного менеджменту**

1. Закон України «Про бібліотеки і бібліотечну справу» ухвалили у:
  - а) 1991 р.;
  - б) 1995 р.;
  - в) 1998 р.
  
2. Об'єкт управління в бібліотеці:
  - а) окремий працівник;
  - б) громадські органи;
  - в) заступник директора.
  
3. Суб'єкт управління в бібліотеці:
  - а) група працівників;
  - б) профспілкова організація;
  - в) окремий працівник.
4. В управлінні бібліотекою найбільш поширеною є така організаційна структура як:
  - а) функційна;
  - б) лінійна;
  - в) штабна.
  
5. Дослідження, прогнози, аналіз виробничих, інформаційних, психологічних, організаційних ситуацій у бібліотеці зараховують до:
  - а) інформаційного циклу управління;
  - б) управлінського циклу прийняття рішень;
  - в) організаційного циклу управління.
  
6. Підбір і розподіл кадрів, доведення завдань до виконавців, оперативне планування, координація, контроль виконання у бібліотеці належать до:
  - а) інформаційного циклу управління;
  - б) управлінського циклу прийняття рішень;
  - в) організаційного циклу управління.
  
7. У бібліотеці спеціалісти і керівні працівники діють на:
  - а) інформаційному циклу управління;

- б) управлінському циклу прийняття рішень;
- в) організаційному циклу управління.

8. Підбір і розподіл кадрів, організацію роботи, перевірку виконання, розмежування прав та обов'язків у процесі бібліотечної роботи регулюють:

- а) організаційно-розпоряджувальні методи управління бібліотекою;
- б) економічні методи управління бібліотекою;
- в) правові методи управління бібліотекою.

9. Регламентація, нормування, проектування у бібліотеці – це:

- а) організаційні методи управління;
- б) розпоряджувальні методи управління;
- в) економічні методи управління.

10. Через наказ, постанову, рекомендацію у бібліотеці реалізують:

- а) організаційні методи управління бібліотекою;
- б) розпоряджувальні методи управління бібліотекою;
- в) правові методи управління бібліотекою.

11. Найбільш поширений метод управління бібліотекою:

- а) економічний;
- б) правовий;
- в) планування.

12. Реєстрація фактів, необхідних для керівництва бібліотекою, встановлення контролю і укріплення дисципліни, – це:

- а) оперативний облік;
- б) бухгалтерський облік;
- в) статистичний облік.

13. За функціонування та розвиток діяльності і праці в бібліотеці відповідає:

- а) управлінська діяльність бібліотеки;
- б) основна діяльність бібліотеки;
- в) допоміжна діяльність бібліотеки.

14. Самостійно приймати управлінські і методичні рішення спроможні:

- а) некваліфіковані бібліотекарі;
- б) бібліотекарі середньої кваліфікації;
- в) бібліотекарі вищої кваліфікації.

15. У галузі управління бібліотечними структурами інформаційно-бібліотечний фахівець повинен:

- а) застосовувати у своїй діяльності програмні засоби та системи;
- б) забезпечувати та здійснювати управління кадрами та фінансами;

в) володіти принципами і методами вивчення інформаційних потреб споживачів.

16. Інформаційно-бібліотечний фахівець повинен здійснювати планування та організацію роботи бібліотечно-бібліографічних структур у галузі:

- а) інформаційно-бібліотечних наук;
- б) бібліотечно-інформаційних технологій;
- в) управління бібліотечними структурами.

17. Якому з наведених термінів відповідає дане визначення: «\_\_\_\_\_ – це процес планування, мотивації та контролю працівників організації, що забезпечують досягнення її цілей»:

- а) маркетинг;
- б) менеджмент;
- в) фандрайзинг.

18. Чому чітке визначення місії бібліотеки є настільки важливим?

**Відповідь:** \_\_\_\_\_

19. Чи відрізняються категорії «управління» та «менеджмент»:

- а) так, кардинально відрізняються;
- б) ні, вони тотожні;
- в) управління – це складова менеджменту;
- г) менеджмент – це складова управління.

20. До економічних методів менеджменту відносять:

- а) планування;
- б) матеріальні стимули;
- в) статут;
- г) керівництво;
- д) грамоти.

21. Яку з основних функцій менеджменту вважають головною:

- а) планування;
- б) організація;
- в) управління;
- г) контроль;
- д) кадрове забезпечення.

22. Дайте визначення «менеджмент як наука»:

**Відповідь:** \_\_\_\_\_

23. Дайте визначення «менеджмент як мистецтво»:

**Відповідь:** \_\_\_\_\_

24. Перелічіть основні механізми управління:

**Відповідь:** \_\_\_\_\_

25. Якому з наведених термінів відповідає дане визначення: «\_\_\_\_\_ – планування, контролювання та використання інформації, яка є в організації, підприємстві, фірмі чи об'єднанні, так і за їхніми межами»:

- а) видавничий менеджмент;
- б) інформаційний менеджмент;
- в) редакційний менеджмент.

26. В чому полягає основна мета створення стратегічного плану?

**Відповідь:** \_\_\_\_\_

27. Якому з наведених термінів відповідає дане визначення: «\_\_\_\_\_ – цілеспрямовано сформований образ кого-небудь або чого-небудь, у тому числі і з допомогою засобів інформації»:

- а) імідж видавництва;
- б) імідж;
- в) імідж-маркетинг.

28. Які концепції менеджменту застосовуються в сучасних умовах:

- а) ніякі;
- б) процесний підхід;
- в) системний та ситуативний підходи;
- г) принципові положення кожної концепції.

29. Чим відрізняються системний і ситуативний підходи від інших шкіл та концепцій менеджменту:

- а) відкриттям оптимального методу управління;
- б) інтеграційним характером;
- в) нічим.

30. В чому відмінності бібліотечного менеджменту від традиційного поняття «управління бібліотекою»:

- а) термінологічні відмінності;
- б) це переклад поняття англійською мовою;
- в) це концепція управління, заснована на сучасній управлінській парадигмі.

31. Чим відрізняється стратегічне планування від перспективного:

- а) методами розрахунку показників;
- б) горизонтом планування;
- в) трактуванням майбутнього.



32. Місія бібліотеки, що формулюється в процесі стратегічного управління, це:

- а) бачення майбутнього бібліотеки;
- б) ціль розвитку бібліотеки;
- в) філософія бібліотечної діяльності;
- г) стратегічна альтернатива.

33. Чи є правильним твердження: «Діагностичний етап стратегічного планування включає вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища бібліотеки»:

- а) так;
- б) ні.

34. Чим відрізняється управлінське обстеження від оцінки стану внутрішнього середовища:

- а) кількістю факторів, що аналізуються;
- б) можливістю впливати на ситуацію;
- в) обліком факторів ризику при розробці стратегічного плану.

35. Компонентом реалізації стратегічного плану не є:

- а) тактика;
- б) філософія;
- в) політика;
- г) процедури;
- д) правила.

36. Різновидом ієрархічних організаційних структур не є:

- а) лінійно-функціональна структура;
- б) дивізійна структура;
- в) проектна структура.

37. Головна властивість адаптивної організаційної структури:

- а) взаємодія між співробітниками здійснюється по горизонталі;
- б) відпадає значна частина формальних характеристик;
- в) здатність легко змінювати форму, пристосовуючись до зовнішніх умов.

38. До якого типу організаційної структури відносяться ЦБС:

- а) дивізійна структура;
- б) лінійно-штабна структура;
- в) матрична структура.

39. Якому з наведених термінів відповідає дане визначення: «\_\_\_\_\_ дозволяє визначити принципи розвитку бібліотеки із врахуванням її місії, цілей і завдань»:

- а) стратегічні інновації;

- б) стратегічне планування;
- в) стратегічні завдання.

40. Дайте визначення «інновації в бібліотеці»:

**Відповідь:** \_\_\_\_\_

### **Змістовий модуль 2**

#### **Організація управління бібліотекою**

1. Стиль керівництва – це:

- а) незвична манера поведінки керівника стосовно підлеглих;
- б) незвична манера поведінки підлеглих відносно керівника;
- в) манера поведінки керівника з підлеглими;
- г) звична манера поведінки керівника стосовно підлеглих, направлена на вплив на них, для досягнення цілей організації;
- д) правильної відповіді немає.

2. Види стилю керівництва (3 відповіді):

- а) комуністичний;
- б) демократичний;
- в) лояльний;
- г) тоталітарний;
- д) соціальний;
- е) жорсткий;
- є) ліберальний;
- ж) еталонний;
- з) автократичний.

3. Керівник, який має достатній обсяг влади, щоб нав'язати свою волю підлеглим, – це:

- а) автократ;
- б) демократ;
- в) комуніст;
- г) ліберал;
- д) соціал-демократ;
- е) соціал-ліберал;
- є) деспот;
- ж) правильної відповіді немає.

4. Керівник, який надає своїм підлеглим майже повну волю у виборі завдань та контролю за своєю роботою, – це:

- а) автократ;
- б) демократ;
- в) менеджер;
- г) ліберал;
- д) соціал-демократ;

- е) соціал-ліберал;
- є) деспот;
- ж) бізнесмен;
- з) депутат;
- и) комуніст;
- і) підприємець;
- ї) правильної відповіді немає.

5. Позитивні риси при автократизмі (2 відповіді):

- а) відданість роботі;
- б) оперативно виконує завдання;
- в) надмірна централізація влади;
- г) особисте вирішення дрібних питань;
- д) справедлива оцінка зусиль;
- е) формальне проведення нарад.

6. Позитивні риси демократичного керівника (4 відповіді):

- а) справедлива оцінка зусиль підлеглих;
- б) оперативне виконання завдань;
- в) формальне проведення нарад;
- г) централізація влади;
- д) повага до підлеглих; турбота про них;
- е) відсутність ініціативи;
- є) сприймання конфліктів як позитивного явища;
- ж) часте застосування адміністративних стягнень;
- з) свідоме обмеження контактів з підлеглими;
- и) роздавання нереальних обіцянок;
- і) легкість впливу оточуючих;
- ї) максимальне обґрунтування рішень, які приймаються;
- й) нетерпимість до заперечень і думок підлеглих;
- к) примушення працювати підлеглих понаднормово.

7. Управлінські рішення не класифікуються за:

- а) терміном дії;
- б) рівнем прийняття рішення;
- в) видом суб'єкта, що приймає рішення;
- г) ступенем повноти інформації.

8. Методами прийняття управлінського рішення не можуть бути:

- а) системний підхід;
- б) ситуаційний підхід;
- в) моделювання;
- г) експериментування.

9. Етапами статистичного обстеження не є:

- а) статистичне спостереження;
- б) звітність;
- в) зведення і опрацювання статистичних матеріалів;
- г) аналіз статистичних даних.

10. Кількість читачів, обсяг бібліотечного фонду, книговидача – це:

- а) абсолютні показники;
- б) відносні показники;
- в) середні показники.

11. Читаність, обертаність, книгозабезпечення, відвідування – це:

- а) абсолютні показники;
- б) відносні показники;
- в) середні показники.

12. Підбір персоналу бібліотеки відбувається на основі:

- а) рекомендацій працівників бібліотеки;
- б) регламентуючих документів;
- в) рекомендації закладу, де навчався претендент на посаду.

13. Оцінку діяльності бібліотечного працівника здійснюють методом:

- а) опитування думки колег по роботі;
- б) атестації бібліотечних кадрів;
- в) опитування думки керівництва.

14. Основним критерієм диференціації бібліотечної професії є:

- а) вік;
- б) стать;
- в) рівень професійності.

15. Бібліотекарі середньої кваліфікації:

- а) не мають спеціальної освіти і виконують допоміжні операції і процеси;
- б) виконують комплекс організаційно-технологічних операцій на регламентованому стандартному рівні;
- в) спроможні самостійно приймати управлінські і методичні рішення.

16. Перелік бібліотечних посад і вимоги до них регламентують:

- а) директори бібліотек;
- б) завідувачі відділів;
- в) тарифно-кваліфікаційні характеристики за посадами.

17. В основі забезпечення бібліотек професійними бібліотечними кадрами лежить:

- а) кількість безробітних у державі;
- б) система безперервної бібліотечної освіти;
- в) міжнародний обмін бібліотечними працівниками.

18. Інформаційно-бібліотечний фахівець повинен розуміти місце і роль бібліотек та інформаційних центрів у структурі соціальних комунікацій у галузі:

- а) інформаційно-бібліотечних наук;
- б) бібліотечно-інформаційних технологій;
- в) управління бібліотечними структурами.

19. Організацію системи післядипломної освіти та підвищення кваліфікації, створення умов для набуття профільної освіти для тих, хто її не має, атестацію кадрів, кар'єрне просування кваліфікованих спеціалістів містять:

- а) адміністративно-управлінські заходи впливу на креативність бібліотечного фахівця;
- б) педагогічні заходи впливу на креативність бібліотечного фахівця;
- в) соціально-психологічні заходи впливу на креативність бібліотечного фахівця.

20. Не мають спеціальної освіти і виконують допоміжні операції та процеси:

- а) некваліфіковані бібліотекарі;
- б) бібліотекарі середньої кваліфікації;
- в) бібліотекарі вищої кваліфікації.

21. У соціально-психологічних заходах впливу на креативність бібліотечного фахівця переважають:

- а) суб'єкт-об'єктні стосунки;
- б) суб'єкт-суб'єктні стосунки;
- в) об'єкт-об'єктні стосунки.

22. Орієнтування окремих працівників і окремих підрозділів на повну самореалізацію за допомогою різноманітних форм роботи передбачають:

- а) адміністративно-управлінські заходи впливу на креативність бібліотечного фахівця;
- б) педагогічні заходи впливу на креативність бібліотечного фахівця;
- в) соціально-психологічні заходи впливу на креативність бібліотечного фахівця.

23. Тренінги сенситивності, мотиваційні тренінги бібліотечних працівників впливають на:

- а) професійну компетентність, самовдосконалення, кар'єрне зростання;
- б) відчуття результативності праці;

в) співпрацю в колективі.

24. Тренінги з використанням різних масок, тренінги впевненої поведінки, гендерні тренінги, тренінги лідерства бібліотечних працівників впливають на:

- а) професійну компетентність, самовдосконалення, кар'єрне зростання;
- б) відчуття результативності праці;
- в) співпрацю в колективі.

25. Індивідуальне організаційне навчання (коучинг), тренінги креативності бібліотечних працівників впливають на:

- а) професійну компетентність, самовдосконалення, кар'єрне зростання;
- б) відчуття результативності праці;
- в) співпрацю в колективі.

### **Змістовий модуль 3** **Бібліотечний маркетинг**

1. Наведіть дефініцію (стисле логічне визначення, яке містить у собі найістотніші ознаки визначуваного поняття) «маркетинг»:

**Відповідь:** \_\_\_\_\_

2. Якому з наведених термінів відповідає дане визначення: «\_\_\_\_\_ – це динамічна система господарської діяльності, в ході якої бібліотека, враховуючи наявні та ймовірні потреби і запити користувачів, намагається пристосуватися до цих потреб і запитів, і тим самим вплинути на ринковий попит, привернувши їх (запити) до бібліотечних продуктів та послуг, що пропонуються користувачам»:

- а) комерційний маркетинг;
- б) некомерційний маркетинг;
- в) бібліотечний маркетинг.

3. Які Ви знаєте функції маркетингу?

**Відповідь:** \_\_\_\_\_

4. Вивчення зовнішнього середовища з метою виявлення попиту – це:

- а) завдання маркетингу;
- б) принцип маркетингу;
- в) функція маркетингу.

5. Спрямованість на довгострокову перспективу розвитку організації – це:

- а) завдання маркетингу;
- б) принцип маркетингу;
- в) функція маркетингу.

6. Види планування в бібліотечному маркетингу:

- а) стратегічне, тактичне;
- б) оперативне, перспективне;
- в) поточне, перспективне.

7. Інформаційно-бібліотечний фахівець повинен формувати політику і стратегію бібліотек, впроваджувати новації, займатися маркетингом у галузі:

- а) інформаційно-бібліотечних наук;
- б) управління бібліотечними структурами;
- в) бібліотечно-інформаційних технологій.

8. Основними функціями маркетингу бібліотечних послуг є:

- а) аналітична, управління, виробнича, функція контролю;
- б) аналітична, управління, збутова, функція контролю;
- в) збутова, управління і контролю, виробнича, планування, організація нових проектів і програм.

9. Охарактеризуйте принципи класичного маркетингу та їх застосування у бібліотечній сфері.

**Відповідь:** \_\_\_\_\_

10. Реальна економічна ситуація, яку характеризують співвідношення між попитом та пропозицією, рівень і динаміка цін, товарних запасів, а також інші показники та чинники (історичні, національні, природно-кліматичні, територіальні, політичні, соціально-економічні тощо) – це:

- а) місткість ринку;
- б) механізм функціонування ринку;
- в) кон'юнктура ринку.

11. Головні завдання маркетингу:

- а) залучення додаткових ресурсів у бібліотеку;
- б) розширення кола користувачів;
- в) адаптація бібліотеки до поточної кон'юнктури і прогнозування перспектив розвитку;
- г) економія виділених бібліотеці коштів.

12. Який зв'язок між маркетинговими поняттями «сегментація» та «позиціонування» в умовах бібліотеки:

- а) це тотожні поняття;
- б) спочатку результати бібліотечної діяльності позиціонуються, а потім здійснюється сегментація;
- в) конкретні бібліотечні продукти та послуги позиціонуються з урахуванням раніше визначених сегментацією груп користувачів.

13. Розвиваючий маркетинг застосовується в бібліотеці в разі:

- а) необхідності формування визначених запитів (очікуваної поведінки споживачів) користувачів;
- б) наявності нетрадиційних запитів;
- в) незацікавленості потенційних користувачів у бібліотечному обслуговуванні;
- г) збігу структури запиту з пропонованою бібліотекою номенклатурою продуктів та послуг.

14. Внутрішній маркетинг у бібліотеці передбачає:

- а) рекламу діяльності;
- б) створення умов для ефективної роботи персоналу;
- в) розвиток суспільних структур управління.

15. Сукупність демографічних, економічних, природних, науково-технічних, політичних та культурних факторів, які впливають на маркетингову діяльність організації:

- а) маркетингове макросередовище;
- б) маркетингове мікросередовище.

16. Що таке зв'язки з громадськістю у бібліотеках:

- а) презентація бібліотеки;
- б) розміщення інформації про бібліотеку в ЗМІ;
- в) реклама бібліотечних продуктів та послуг;
- г) запланована система заходів, направлених на створення і підтримку тривалих зв'язків і взаєморозуміння між бібліотеками і громадськістю.

17. Який елемент фірмового стилю для бібліотеки є основним:

- а) колір;
- б) константи;
- в) логотип;
- г) емблема (знак обслуговування);
- д) набір шрифтів.

18. Які складники об'єднує поняття «ресурсний комплекс бібліотеки»:

- а) матеріально-технічну базу і фінанси;
- б) фінанси і кадри;
- в) матеріально-технічну базу;
- г) все вищевказане.

19. Споживачі (користувачі), конкуренти, посередники, фінансові заклади, рекламні агентства, урядові органи, закони, що діють та готують, загальна економічна ситуація, політичний клімат, культурні та інші традиції – це:

- а) внутрішнє середовище;
- б) зовнішнє середовище.



20. Аналіз зовнішнього середовища, споживачів (реальних та потенційних); вивчення існуючих та планування майбутніх товарів; планування товароруку та збуту; забезпечення цінової політики; задоволення технічних та соціальних вимог; управління маркетинговою діяльністю – це методи маркетингової діяльності:

- а) так;                    б) ні.

21. Що означає термін «консолідований бюджет бібліотеки»:

- а) кошторис доходів та витрат бібліотеки;  
б) фінансові ресурси бібліотеки;  
в) матеріально-технічну базу бібліотеки.

22. Що таке ініціативна господарська діяльність бібліотеки:

- а) додаткове платне обслуговування користувачів;  
б) стягнення застав та штрафів з читачів;  
в) залучення в бібліотеку позабюджетних ресурсів;  
г) взаємодія бібліотеки з благодійниками та спонсорами.

23. Діяльність, що передбачає збір коштів, створення різних фінансових, грошових фондів для благодійних та освітніх цілей – це...

- а) бенчмаркінг;  
б) фандрейзинг;  
в) франшиза.

24. Що є предметом маркетингового аналізу при встановленні цін на додаткове платне бібліотечне обслуговування:

- а) готовність користувачів платити певну суму («верхня межа цін»);  
б) реакція користувачів на зміну цін («еластичність попиту»);  
в) співвідношення між реальними витратами (собівартістю) і ціною.

25. Встановлення кращого досвіду діяльності підприємств (партнерів і конкурентів), його вивчення і застосування з метою подальшого удосконалення роботи власної організації – це...

- а) бенчмаркінг;  
б) фандрейзинг;  
в) франшиза.

#### ***Змістовий модуль 4***

##### **Комплекс маркетингу у бібліотеці**

1. За Законом «Про бібліотеки і бібліотечну справу» користувач бібліотеки – це:

- а) фізична та юридична особа, яка звернулася до послуг бібліотеки;  
б) особа, яка користується послугами бібліотеки, задовольняючи свої інформаційні потреби у процесі читання;

в) особа (установа, організація), що користується послугами бібліотеки на основі певних правил з метою задоволення інформаційних потреб.

2. Комплекс маркетингу бібліотечних послуг включає:

- а) послугу, ціну, методи стимулювання, учасників, процес;
- б) товар, ціну, методи розповсюдження, методи просування, процес, фізичне оточення;
- в) учасників, процес, фізичне оточення;
- г) послугу, ціну, методи розповсюдження, методи просування, учасників, процес, фізичне оточення.

3. Як називається сукупність невідчутних дій, які виконуються з метою задоволення потреб споживачів, які не призводять до володіння будь-чим?

- а) інформування;
- б) послуга;
- в) психологічний стан.

4. Бібліотечна послуга – це:

- а) результат бібліотечної діяльності із задоволення інформаційних потреб та запитів користувачів бібліотеки;
- б) корисний ефект бібліотечної діяльності;
- в) надання довідок читачам.

5. Платна бібліотечна послуга – це:

- а) використання копіювально-множинної техніки;
- б) отримання консультаційної допомоги у пошуку та виборі джерел інформації;
- в) організація відкритих переглядів літератури, тематичних виставок у приміщенні бібліотеки.

6. За якими параметрами оцінюється якість процесу надання бібліотечної послуги?

- а) ступіть доступності;
- б) надійність;
- в) безпека;
- г) компетенція персоналу;
- д) всі відповіді правильні.

7. Які критерії сегментації ринка бібліотечних послуг особистого характеру?

- а) рівень доходів користувачів;
- б) фінансове становище підприємств;
- в) галузева приналежність;
- г) річний обсяг реалізації підприємств.

8. За яких умов можливе позиціонування бібліотеки на одному ринку з існуючими конкурентами?

- а) бібліотека пропонує послугу, яка має значні переваги в якості;
- б) ємність ринку низька;
- в) ресурси бібліотеки переважають ресурси конкурентів;
- г) всі відповіді правильні;
- д) всі відповіді неправильні.

9. Яку бібліотечну послугу можна вважати абсолютно новою?

- а) освоєння нової послуги для вже існуючого ринку бібліотечних послуг;
- б) зміна певних характеристик існуючої бібліотечної послуги;
- в) інноваційні рішення для звичайних потреб користувача;
- г) всі відповіді правильні;
- д) всі відповіді неправильні.

10. Найновіші послуги у бібліотеці:

- а) виставки документів;
- б) сканування документів;
- в) надання консультаційної допомоги.

11. Встановлення якої ціни на бібліотечні послуги передбачається в умовах забезпечення виживання бібліотеки як цілі ціноутворення?

- а) встановлення низької ціни на послуги для утримання на ринку;
- б) встановлення низької ціни на послуги для залучення більшого числа покупців;
- в) встановлення високої ціни на послуги високої якості;
- г) встановлення такої ціни, яка забезпечить максимальне надходження поточного прибутку.

12. На чому доцільно акцентувати увагу при просуванні бібліотечної послуги з огляду на її невідчутність?

- а) на високій якості бібліотечної послуги;
- б) на доступній ціні бібліотечної послуги;
- в) на компетентності, кваліфікації обслуговуючого персоналу.

13. Яка концепція маркетингу послуг передбачає, що послуги не будуть придбані у достатній кількості, якщо не заохочувати до цього споживача (користувача)?

- а) концепція удосконалення послуги;
- б) збутова концепція;
- в) концепція традиційного маркетингу;
- г) концепція соціально-етичного маркетингу.

14. Яка концепція маркетингу послуг передбачає, що споживачі (користувачі) зацікавлені у послугах, доступних за ціною?

- а) концепція удосконалення послуги;
- б) збутова концепція;
- в) концепція традиційного маркетингу;
- г) концепція удосконалення діяльності підприємства послуг;
- д) концепція соціально-етичного маркетингу.

15. Яка концепція маркетингу послуг передбачає, що задоволення потреб споживачів повинно відбуватися способом, кращим ніж у конкурентів?

- а) концепція удосконалення послуги;
- б) збутова концепція;
- в) концепція традиційного маркетингу;
- г) концепція удосконалення діяльності підприємства послуг;
- д) концепція соціально-етичного маркетингу.

16. З яких каналів складається просування як ефективна передача відповідних повідомлень цільовому ринку?

- а) реклама;
- б) зв'язки з громадськістю;
- в) стимулювання продажу;
- г) всі відповіді правильні;
- д) всі відповіді неправильні.

17. Які методи використовуються у маркетингових дослідженнях бібліотечних послуг?

- а) спостереження;
- б) анкетування;
- в) метод експертних оцінок;
- г) всі відповіді правильні;
- д) всі відповіді неправильні.

18. Системне збирання і об'єктивний запис, класифікація, аналіз і узагальнення даних щодо поведінки, потреб, відносин, вражень, мотивацій і тощо окремих осіб і організацій в контексті їхньої економічної, політичної, суспільної і побутової діяльності – це...

- а) маркетингові дослідження;
- б) збутова концепція маркетингу;
- в) система маркетингової інформації.

19. До основних принципів маркетингових досліджень відносяться:

- а) системність;
- б) комплексність;
- в) об'єктивність;
- г) всі відповіді правильні;

д) всі відповіді неправильні.

20. Принцип маркетингових досліджень, який полягає у перевищенні вигід від реалізації отриманих висновків та рекомендацій над витратами, пов'язаними з проведенням маркетингових досліджень, це – ...

- а) економічність;
- б) результативність;
- в) цілеспрямованість.

21. До якого виду маркетингових досліджень відносяться дослідження, метою яких є отримання конкретних уявлень про різні проблеми та аспекти маркетингової діяльності, поведінку суб'єктів ринку?

- а) деск-дослідження;
- б) польові дослідження;
- в) панельні дослідження.

22. Недоліком якого виду маркетингових досліджень є велика вартість і тривалість процесу збирання інформації?

- а) деск-дослідження;
- б) польові дослідження;
- в) панельні дослідження.

23. Перевагою якого методу маркетингових досліджень є безпосередній контакт, гнучкість, можливість впливу на респондента, глибина та комплексність інформації?

- а) анкетування;
- б) метод фокус-груп;
- в) метод Дельфі;
- г) метод особистого опитування;
- д) метод телефонного опитування;

24. Недоліком якого методу маркетингових досліджень є низька ефективність відповідей, анонімність респондента, брак можливості впливу на нього?

- а) анкетування;
- б) метод фокус-груп;
- в) метод Дельфі;
- г) метод особистого опитування;
- д) метод поштового опитування.

25. Який метод маркетингових досліджень полягає у реальній оцінці ситуації за допомогою систематичного обліку поведінки суб'єктів без словесної чи іншої комунікації і без впливу на об'єкт спостереження?

- а) історичний;
- б) метод спостереження;
- в) метод Дельфі.

## ХІІ. ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Еволюція менеджменту як наукової дисципліни. Значення шкіл і концепцій менеджменту в сучасному управлінні бібліотечною діяльністю.
2. Формування концепції бібліотечного менеджменту. Об'єкт і предмет бібліотечного менеджменту як наукової дисципліни.
3. Основні поняття і категорії бібліотечного менеджменту.
4. Джерела правової регламентації вітчизняної бібліотечно-інформаційної діяльності. Сучасна українська бібліотека як суб'єкт права.
5. Система управління бібліотечною справою як галуззю діяльності: сучасні принципи, цілі та завдання, особливості; органи управління.
6. Стратегічне планування бібліотечної діяльності: сутність, значення; етапи розробки і компоненти реалізації стратегічного плану.
7. Поняття і сутність бібліотечного маркетингу. Використання маркетингових принципів і інструментарію в практиці управління сучасною бібліотекою.
8. Контроль як функція управління бібліотечною діяльністю: значення контролю в сучасному управлінні, вид контролю, процес контролю.
9. Управління персоналом бібліотеки: значення концепції «персонал-стратегії». Формування і розвиток трудових ресурсів бібліотек.
10. Організаційні структури управління бібліотекою: ієрархічні і адаптивні структури; їх характеристика, різновиди, можливості застосування в сучасній бібліотеці.
11. Організаційна культура бібліотеки: визначення, значення, фактори.
12. Управління інноваційними процесами бібліотеці: сутність і класифікація нововведень, організація інноваційного процесу.
13. Сучасна методична робота: характеристика різних концепцій і підходів.
14. Інформаційне забезпечення управління бібліотекою: види управлінської інформації, комунікативні процеси і їх організація.
15. Бібліотечна статистика: завдання, етапи статистичного дослідження, показники бібліотечної статистики.
16. Управлінське рішення: визначення, види, методи, специфіка і моделі прийняття управлінського рішення у бібліотечному менеджменті.
17. Керівник в системі управління бібліотекою: вимоги до професії і особистості сучасного керівника.
18. Керівництво і лідерство: визначення, значення в управлінні сучасною бібліотекою.
19. Стиль керівництва бібліотекою: сучасні підходи.
20. Бібліотечний колектив як об'єкт управління: структура, формальні і неформальні групи; фактори ефективного управління.
21. Мотивація як функція управління: визначення, значення; змістовні і процесуальні теорії мотивації, їх застосування в управлінні бібліотечним колективом.
22. Конфлікти і управління ними в процесі керівництва бібліотекою.

23. Особливості і основні напрями наукової організації праці.
24. Економіка бібліотеки в структурі бібліотечного менеджменту: профільна терміносистема; економічний макрорівень бібліотеки.
25. Фінансування українських бібліотек: принципи та особливості. Джерела надходжень фінансових ресурсів в бібліотеку.
26. Ініціативна господарська діяльність бібліотеки: сутність, цілі, завдання, основні напрями.
27. Загальна характеристика організації оплати праці бібліотечного персоналу.
28. Економічні методи управління колективом бібліотеки.
29. Економічний аналіз діяльності бібліотеки: сутність, предмет, методика; значення для бібліотечного менеджменту.
30. Об'єкт бібліотечного маркетингу.
31. Предмет бібліотечного маркетингу.
32. Концептуальний підхід до характеристики маркетингу.
33. Функціональний підхід до характеристики маркетингу.
34. Товарний підхід до характеристики маркетингу.
35. Системно-поведінковий підхід до характеристики маркетингу.
36. Інституційний підхід до характеристики маркетингу.
37. Національний підхід до характеристики маркетингу.
38. Управлінський підхід до характеристики маркетингу.
39. Походження та еволюція концепцій маркетингу.
40. Характеристика основних понять бібліотечного маркетингу: потреби, цінності, побажання, задоволення.
41. Характеристика основних понять бібліотечного маркетингу: попит, продукти, послуги, вартість.
42. Основні маркетингові теорії потреб.
43. Принципи бібліотечного маркетингу.
44. Завдання бібліотечного маркетингу.
45. Функції бібліотечного маркетингу.
46. Концепція бібліотечного маркетингу.
47. Особливості бібліотечного маркетингу.
48. Концептуальне моделювання бібліотечного маркетингу.
49. Система маркетингової інформації.
50. Співвідношення понять бібліотечний «продукт», «послуга».
51. Поняття про маркетингову інформацію.
52. Процес маркетингового дослідження у бібліотеці.
53. Основні етапи маркетингового дослідження у бібліотеці.
54. Завдання маркетингових досліджень бібліотек.
55. Мета маркетингових досліджень бібліотек.
56. Деск-дослідження бібліотечних продуктів та послуг.
57. Методи вивчення користувачів бібліотек.
58. Історичний метод вивчення користувачів (читачів) бібліотек.
59. Метод спостережень у вивченні користувачів.
60. Метод експериментів у вивченні користувачів.

61. Метод опитування у вивченні користувачів.
62. Характеристика методів маркетингових досліджень.
63. Особливості бібліотечних продуктів та послуг.
64. Аналіз життєвого циклу бібліотечних послуг.
65. Організаційно-структурні форми управління бібліотечним маркетингом.
66. Система засобів бібліотечного маркетингу.
67. Види сучасного бібліотечного маркетингу.
68. Основні складові комплексу маркетингових комунікацій.
69. Сутність маркетингової політики комунікацій.
70. Необхідність використання маркетингу для бібліотек та інформаційних установ.
71. Необхідність урахування потреб споживачів на ринку бібліотечних послуг.
72. Класифікація бібліотечних продуктів та послуг.
73. Маркетингова стратегія. Необхідність розробки маркетингових стратегій для бібліотек та інформаційних установ України.
74. Реклама як складова комплексу маркетингових комунікацій.
75. Пропаганда як складова комплексу маркетингових комунікацій.
76. Стимулювання збуту як складова комплексу маркетингових комунікацій.
77. Персональний продаж як складова комплексу маркетингових комунікацій.
78. Зв'язки з громадськістю у діяльності бібліотек та інформаційних установ.
79. Прямий маркетинг як складова комплексу маркетингових комунікацій.
80. Основні параметри бібліотечних продуктів та послуг.
81. Маркетингова цінова політика.
82. Основні елементи маркетингової політики комунікацій.
83. Переваги та недоліки основних складових комплексу маркетингових комунікацій.
84. Особливості використання вторинної інформації у маркетингових дослідженнях бібліотечних продуктів та послуг.
85. Особливості бібліотечного маркетингу.

### **ХІІІ. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

#### ***Нормативні та офіційні документи***

1. Про бібліотеки і бібліотечну справу [Електронний ресурс] : Закон України від 27.01.1995 р. № 32/95-ВР. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/32/95-вр>.

2. Бібліотечно-інформаційна діяльність. Терміни та визначення [Текст] : (ДСТУ 7448:2013). – Вид. офіц. – Чинний від 2014–07–01. – Київ : Мінекономрозвитку України, 2014. – III, 41 с. – (Інформація та документація) (Національний стандарт України).

#### ***Основна***

3. Бачалдин Б. Н. Менеджмент в научно-методической работе [Текст] : в помощь библиотекаря / Б. Н. Бачалдин, Л. М. Инькова. – М. : [б. и.], 1993. – 256 с.



4. Башун О. Вплив маркетингу і фандрейзингу на трансформацію бібліотек [Текст] / О. Башун ; наук. ред. В. С. Білецький ; Донец. ОУНБ. – Донецьк : УКЦентр, 1999. – 204 с. – Бібліогр.: с. 152–167.

5. Библиотечный менеджмент [Текст] : дидакт. пособие для вузов и колледжей культуры и искусств по специальности 05.27.00 «Библиотековедение и библиография» / В. К. Клюев [и др.] ; ред. В. К. Клюев, И. М. Сулова. – М. : Профиздат : Изд-во МГУКИ, 2001. – 208 с. – (Современная библиотека ; вып. 18).

6. Бібліотекознавство: теорія, історія, організація діяльності бібліотек [Текст] : підручник / В. О. Ільганаєва, Г. Д. Ковальчук, Т. П. Самійленко та ін. ; за ред. М. С. Слободяника, В. О. Ільганаєвої. – Харків : Основа, 1993. – 176 с.

7. Бугайчук Т. В. Маркетингові дослідження [Текст] : навч. посіб. для вузів / Т. В. Бугайчук, В. А. Устименко. – Харків : Торнадо, 2008. – 280 с.

8. Давидова І. О. Інформаційний ринок: організація, маркетинг, управління [Текст] : навч. посіб. / І. О. Давидова ; Харк. держ. акад. культури. – Харків : ХДАК, 2001. – 136 с.

9. Клюев В. К. Маркетинговая ориентация библиотечно-информационной деятельности. (Маркетинг в системе управления библиотекой) [Текст] : учеб. пособие для вузов и колледжей культуры и искусств / В. К. Клюев, Е. М. Ястребова ; общ. ред. В. К. Клюев. – 2-е изд., дораб. и доп. – М. : Профиздат : Изд-во МГУКИ, 2001. – 144 с. – Библиогр.: с. 94–107.

10. Котлер Ф. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер ; пер. с англ. В. Б. Боброва. – СПб.: Литера плюс, 1994. – 699 с.

11. Паршукова Г. Б. Маркетинговые основания в библиотечной деятельности [Текст] : учеб. пособие / Г. Б. Паршукова. – Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2005. – 151 с.

12. Петрова Л. Г. Бібліотека в умовах соціально-економічних змін [Текст] : монографія / Л. Г. Петрова. – Київ : [б. в.], 2003. – 301 с.

13. Планування: стратегія і тактика [Текст] / уклад. І. Цуріна ; Нац. парлам. б-ка України. – Київ : [б. в.], 2005. – 72 с.

14. Публічна бібліотека [Текст] : місія (з досвіду різних країн. Погляд методиста) / уклад. І. Цуріна, Н. Гудімова ; Нац. парлам. б-ка України. – Київ : [б. в.], 2004. – 44 с.

15. Слободяник М. С. Наукова бібліотека: еволюція структури і функцій [Текст] : монографія / М. С. Слободяник ; НАН України, ЦНБ ім. В. Вернадського. – Київ : Бібл. вісн., 1995. – 268 с.

16. Словарь библиотекаря по менеджменту и маркетингу [Текст] / ГПНТБ России ; сост. К. М. Ключникова. – М. : ГПНТБ России, 1995. – 77 с. – Библиогр.: с. 75–77.

17. Столяров Ю. Н. Библиотека: структурно-функциональный поход [Текст] / Ю. Н. Столяров. – М. : Книга, 1981. – 255 с.

18. Стратегічне планування [Текст] : дайджест / уклад. І. Цуріна ; Нац. парлам. б-ка України. – Київ : [б. в.], 2004. – 52 с.

19. Сулова И. М. Библиотека в системе некоммерческого маркетинга [Текст] : учеб.-метод. пособие / И. М. Сулова. – М. : Профиздат, 2003. – 157 с. – (Современная библиотека ; вып. 30).

20. Сулова И. М. Менеджер библиотеки: требования к профессии и личности [Текст] : учеб. пособие / И. М. Сулова ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. – 2-е изд., дораб. и доп. – М. : Профиздат : Изд-во МГУКИ, 2002. – 132 с. – (Современная библиотека).

21. Сулова И. М. Организационное развитие систем управления современной библиотекой [Текст] : учеб. пособие / И. М. Сулова, Т. Е. Дубенок. – СПб. : Профессия, 2008. – 190 с.

22. Сулова И. М. Практический маркетинг в библиотеках [Текст] : учеб.-метод. пособие / И. М. Сулова. – М. : Либеря, 2005. – 143 с. – (Библиотекарь и время. XXI век ; вып. 9).

23. Хіміч Я. О. Інноваційні зміни в бібліотеці на основі проектного, кадрового менеджменту та інноваційної діяльності бібліотек [Текст] : посіб. для бібліотекарів за програм. підвищ. кваліфікації / УБА ; Я. О. Хіміч. – Київ : Самміт-книга, 2012. – 88 с.

#### *Додаткова*

24. Беловолова О. В. «Я – лидер!»: школа молодого лидера [Текст] / О. В. Беловолова // Молодые в библ. деле. – 2008. – № 12. – С. 28–43.

25. Давидова І. О. Аналітична функція маркетингу інформаційних продуктів та послуг [Текст] / І. О. Давидова // Вісн. ХДАК : зб. наук. пр. / Харк. держ. акад. культури. – Харків, 2001. – Вип. 7. – С. 108–116.

26. Давидова І. Ринкова стратегія бібліотек з позицій інформаційного менеджменту [Текст] / І. Давидова // Бібл. вісн. – 2001. – № 5. – С. 10–12. – Бібліогр.: 5 назв.

27. Дворкина М. Я. Современная библиотека: инновационное развитие [Текст] / М. Я. Дворкина // Библиотековедение. – 2006. – № 5. – С. 30–39.

28. Книговедение [Текст] : энцикл. слов. / редкол.: М. Сикорский (гл. ред.) и др. – М. : Сов. энцикл., 1982. – 664 с. : ил. – Указ.: с. 634–661.

29. Книгознавство [Текст] : термінол. слов. : ред.-вид. справа, журналістика, поліграфія, вид. бізнес, інформ.-бібл. діяльність : навч. вид. / за заг. ред. В. О. Жадька. – Київ : Експрес-Поліграф, 2012. – 304 с.

30. Книгознавство, бібліотекознавство, бібліографія : зб. тест. завдань для комплексн. перевірки знань студентів [Текст] / Р. Крохмальний, Н. Демчук, О. Хамула [та ін.]. – Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. – 280 с.

31. Колесникова М. Н. Менеджмент библиотечно-информационной деятельности [Текст] / М. Н. Колесникова. – М. : Либеря-Бибинформ, 2009. – 255 с. – (Библиотекарь и время. XXI век ; вып. 101).

32. Короткий термінологічний словник із бібліографознавства та соціальної інформатики [Текст] / [Г. М. Швецова-Водка (кер.), Г. В. Сілкова, Л. О. Черепуха та ін.] ; наук. ред. і авт. вступ. ст. Г. М. Швецова-Водка. – Київ : Кн. палата України, 1998. – 116 с.

33. Кулініч І. О. Психологія управління [Текст] : навч. посіб. – Київ : Знання, 2008. – 292 с.

34. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг [Текст] : навч. посіб. / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук. – Київ : Центр учб. літ., 2008. – 184 с.
35. Мальченко В. М. Маркетинг послуг [Текст] : навч. посіб. / В. М. Мальченко ; Київ. нац. економ. ун-т ім. Вадима Гетьмана. – Київ : КНЕУ, 2006. – 360 с.
36. Маркетинг [Текст] : учебник / А. Р. Романов, Г. А. Жуков, С. И. Майоров [и др.] ; под ред. А. Н. Романова. – М. : Банки и биржи : ЮНИТИ, 1996. – 560 с. : ил.
37. Маркетингове планування роботи бібліотеки навчального закладу [Електронний ресурс] : матеріали до проведення школи майстерності бібліотечного працівника. Заняття № 3. – Славутич, 2007. – 27 с. – Режим доступу: <http://www.sasl.at.ua/Marketplaninglib.doc>.
38. Матвеев М. В поисках фокус-группы: сложности построения стратегического плана [Текст] / М. Матвеев // Библ. дело. – 2007. – № 15. – С. 19–23.
39. Матвеев М. Маркетинговая концепция и имидж библиотек [Текст] / М. Матвеев // Библ. дело. – 2007. – № 4. – С. 35–38.
40. Матусевич В. Менеджмент і маркетинг в інформаційній сфері: функції бібліотекаря [Текст] / В. Матусевич, А. Чекмарьов // Бібл. вісн. – 2002. – № 6. – С. 14–17.
41. Парсяк В. Н. Маркетинг: від теорії до практики [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. Н. Парсяк. – Київ : Наук. думка, 2007. – 256 с.
42. Пашин А. И. Управление библиотечным делом: системный подход [Текст] : учеб.-метод. пособие / А. И. Пашин. – М. : Либерея-Библинформ, 2008. – 168 с. – (Библиотекарь и время. XXI век ; вып. 95).
43. Петрова Л. Менеджмент і маркетинг як стратегічна основа розвитку сучасної бібліотеки [Текст] / Л. Петрова // Бібл. вісн. – 2003. – № 3. – С. 8–10. – Бібліогр.: 14 назв.
44. Саприкін Г. А. Маркетинговий підхід в управлінні діяльністю бібліотеки [Текст] : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 07.00.08 / Саприкін Георгій Анатолійович ; Київський держ. ун-т культури і мистецтв. – К., 1997. – 17 с.
45. Словник книгознавчих термінів [Текст] / [В. Я. Буран, В. М. Медведєва, Г. І. Ковальчук, М. І. Сенченко]. – Київ : Аратта, 2003. – 160 с.
46. Справочник библиографа [Текст] / науч. ред. А. Н. Ванеев, В. А. Минкина. – СПб. : Профессия, 2002. – 528 с. – (Библиотека).
47. Терминологический словарь по библиотечному делу и смежным отраслям знания [Текст] / сост.: З. Г. Высоцкая (отв. ред.), В. А. Врубель, А. Б. Маслов, Л. К. Розеншильд ; РАН, Б-ка по естеств. наукам. – М., 1995. – 268 с.
48. Хершген Х. Маркетинг: основы профессионального успеха [Текст] : учеб. для вузов : пер. с нем. / Х. Хершген. – М. : ИНФРА-М, 2000. – XVIII, 334 с. – (Университетский учебник).

49. Шканова О. М. Маркетинг послуг [Текст] : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / О. М. Шканова. – Київ : Кондор, 2010. – 304 с.

50. Энциклопедия книжного дела [Текст] / Ю. Ф. Майсурадзе, А. Э. Мильчин, Э. П. Гаврилов [и др.] ; отв. ред. Ю. Ф. Майсурадзе. – М. : Юристъ, 1998. – 536 с. – (Книжное дело).

### **ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ**

1. Міністерство культури України [Електронний ресурс] : офіц. веб-сайт. – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/index>.

2. Державна наукова установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова» [Електронний ресурс] : [офіц. сайт]. – Режим доступу: <http://www.ukrbook.net>.

3. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського : електронні інформаційні ресурси НБУВ [Електронний ресурс] : [офіц. сайт]. – Режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>.

4. Національна парламентська бібліотека України [Електронний ресурс] : [офіц. сайт]. – Режим доступу: <http://www.nplu.org>.

5. Бібліотека Київського університету імені Бориса Грінченка [Електронний ресурс] : [офіц. сайт]. – Режим доступу: <http://library.kubg.edu.ua>.

### **Методичні рекомендації**

Основним методичним документом, що визначає мету, завдання, зміст і технологію навчання з кредитного модуля даної навчальної дисципліни, є робоча програма, яка розробляється щорічно. При її розробці слід враховувати досвід та сучасні зміни у міжнародному та українському інформаційному просторі.

Оскільки предмету даної навчальної дисципліни притаманна значна динаміка та мінливість, варто здійснювати постійний моніторинг змін в технології бібліотечного менеджменту та маркетингу, та відповідно до цього актуалізувати тематику лекційних, семінарських занять, завдань для самостійної і науково-дослідної роботи студентів, список рекомендованої літератури.

Значну увагу на семінарських заняттях варто приділяти практиці бібліотечного менеджменту та маркетингу. Рекомендується проводити семінарські заняття із використанням традиційних та електронних ресурсів провідних інформаційних установ та бібліотек, відслідковувати поточні оновлення спеціалізованих інформаційних ресурсів мережі Інтернет.

### **Методичні рекомендації до підготовки семінарського заняття**

Семінарське заняття як одна з організаційних форм навчальних аудиторних занять, спрямоване на поглиблене вивчення програмного матеріалу та контроль рівня його засвоєння шляхом безпосередньої співпраці навчальної групи та викладача в процесі розгляду окремих теоретичних положень навчальної дисципліни та формує вміння й навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання студентами відповідних завдань.

Систематична підготовка до семінарського заняття з дисципліни привчає до самостійної роботи з матеріалом, науковою, навчальною, навчально-методичною літературою, періодичними та довідковими виданнями, інформаційними ресурсами мережі Інтернет. Семінарські заняття проводяться в аудиторіях або в навчальних лабораторіях, оснащених необхідними технічними засобами навчання, обчислювальною технікою, на базі інформаційних установ (бібліотек). Під час занять створюються умови для контрольної перевірки знань, умінь і навичок студентів, здійснюється постановка загальної проблеми викладачем та її обговорення, виконання індивідуальних завдань, їх перевірка та оцінювання.

Для якісного виконання семінарського завдання необхідно вдумливо конспектувати, вдаючись до різних форм запису. Доцільно підготувати власні спостереження та висновки, обґрунтувавши їх теоретичними положеннями та рекомендаціями.

Семінарські заняття не лише базуються на матеріалі, який міститься в лекційному курсі, але й підсумовують результати самостійної роботи з рекомендованою літературою.

Під час проведення семінарського заняття навчальна група за необхідності може ділитися на підгрупи.

### **Методичні рекомендації до самостійної роботи студентів**

Самостійна робота студентів – один з основних засобів оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від аудиторних навчальних занять. Упровадження в практику навчальної програми різноманітних форм

самостійної роботи активно сприяє модернізації навчального процесу шляхом подолання протиріч між трансляцією знань і їх засвоєнням у взаємозв'язку теорії та практики.

Головною метою самостійної роботи є закріплення, розширення та поглиблення набутих у процесі аудиторної роботи знань, умінь і навичок, а також самостійне вивчення та засвоєння нового матеріалу під керівництвом викладача, але без його безпосередньої участі.

Питання, що виникають у студентів стосовно виконання запланованих завдань, вирішуються на консультаціях, які проводять згідно з графіками, затвердженими кафедрою.

Самостійна робота студентів передбачена до кожної теми курсу, зміст якої полягає в таких положеннях:

- самостійне вивчення теоретичних і науково-практичних тем;
- самостійна робота з джерелами та літературою з метою кращого засвоєння програмного матеріалу після відвідування лекцій;
- підготовка наукових повідомлень;
- підготовка тематичної контрольної роботи за визначеною тематикою;
- представлення результатів виконання тематичної контрольної роботи.

Для систематизації отриманих знань з дисципліни до кожної наступної теми слід ретельно готуватись: систематично опрацювати матеріал попередньої лекції, рекомендовану літературу, повторювати пройдений матеріал, на який лектор посилається при викладанні нового. Якщо з певних причин лекція пропущена, її необхідно законспектувати й опрацювати самостійно, незрозумілі питання з'ясувати на консультації.

Основні види самостійної роботи студентів з дисципліни: вивчення лекційного матеріалу, опрацювання рекомендованої літератури, самоконтроль рівня засвоєння програмного матеріалу, виконання тематичної контрольної роботи.