

1.	Nazwa kierunku	informacja naukowa i bibliotekoznawstwo
2.	Cykl rozpoczęcia	2017/2018 (semestr zimowy), 2018/2019 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Marketing biblioteczny

Kod modułu: 02-BN-S2-MB01

1. Liczba punktów ECTS: 3

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
MB01_1	Student ma wiedzę z zakresu marketingu, zna najważniejsze koncepcje marketingowe, potrafi wymienić i opisać instrumenty marketingowe.	K_W04	5
MB01_2	Student zna metody badawcze nauk organizacji i zarządzania, potrafi interpretować je w odniesieniu do bibliotekoznawstwa.	K_W02 K_W05	4 4
MB01_3	Student ma pogłębioną wiedzę o potrzebach różnych grup interesariuszy współczesnej biblioteki, potrafi wyjaśnić procesy kształtowania się tych potrzeb oraz wskazać sposoby ich zaspokojenia.	K_W11	3
MB01_4	Student potrafi stosować zasady i metody zarządzania oraz narzędzia marketingu w pracy bibliotecznej.	K_U02	5
MB01_5	Student umie samodzielnie oraz zespołowo zaplanować, przygotować i przeprowadzić różnego typu działania marketingowe.	K_U06 K_U07	5 5
MB01_6	Student rozumie znaczenie właściwego kształtowania wizerunku zawodu bibliotekarza oraz biblioteki jako instytucji kultury.	K_K06 K_K07	3 4
MB01_7	Student zna zasady obsługi czytelników biblioteki, potrafi komunikować się różnymi grupami użytkowników (w tym o specyficznych potrzebach) oraz interesariuszy (np. władze lokalne, sponsorzy itd.).	K_K03 K_K04	2 2

3. Opis modułu

Opis	W ramach modułu studenci zdobędą wiedzę z zakresu marketingu i umiejętności wykorzystania narzędzi marketingowych w działalności bibliotek. Realizacja modułu ma sprawić przede wszystkim, by student potrafił zastosować teorię w praktyce, umiał dostosować metody i narzędzia z zakresu zarządzania i marketingu w działalności (oraz jej projektowaniu) biblioteki jako niedochodowej instytucji kultury. Celowi temu służy wykorzystanie metod aktywizujących studentów oraz analizowanie i krytyczna ocena licznych przykładów działań marketingowych podejmowanych przez biblioteki różnych
-------------	--

	typów. Moduł wyłącznie dla absolwentów kierunku informacja naukowa i bibliotekoznawstwo.
Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu bibliotekarstwa, znajomość specyfiki biblioteki jako instytucji kultury i form jej działalności (uzyskany tytuł licencjata z zakresu informacji naukowej i bibliotekoznawstwa).

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
MB01_w_1	Egzamin ustny	Egzamin ustny sprawdzający poziom przyswojenia wiedzy szczegółowej z zakresu zarządzania i marketingu.	MB01_1, MB01_2, MB01_3
MB01_w_2	Projekt	Przygotowanie w grupach planu marketingowego dla wybranej biblioteki.	MB01_4, MB01_5
MB01_w_3	Projekt	Samodzielne opracowanie projektu m.in.: imprezy promującej bibliotekę, ulotki reklamowej, plakatu, papieru firmowego itp.	MB01_4, MB01_5
MB01_w_4	Prezentacja	Przygotowanie prezentacji z przykładami wykorzystania portali społecznościowych do kreowania pozytywnego wizerunku biblioteki i bibliotekarzy.	MB01_6
MB01_w_5	Prezentacja/projekt oferty	Przygotowanie prezentacji z przykładami nietypowych zachowań czytelników i sposobami właściwego reagowania/ Opracowanie projektu oferty współpracy dla sponsora lub władz lokalnych.	MB01_7
MB01_w_6	Projekt	Przygotowanie projektu badań marketingowych dla wybranej biblioteki z wykorzystaniem poznanych na zajęciach narzędzi, np. opracowanie ankiety dla użytkowników.	MB01_2, MB01_5

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów kształcenia
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
MB01_fs_1	wykład	Wykład konwersatoryjny przybliżający wiedzę z zakresu zarządzania i marketingu z wykorzystaniem elementów wykładu problemowego.	30	Lektura uzupełniająca zgodna z zaleceniami prowadzącego.	15	MB01_w_1
MB01_fs_2	laboratorium	Analiza przykładów (case study) działań marketingowych podejmowanych przez biblioteki w Polsce i na świecie. Ćwiczenia, w trakcie których studenci omawiają i przygotowują projekty, prezentacje, odgrywają scenki.	30	Przygotowanie prezentacji i projektów zgodnie z wymogami prowadzącego.	15	MB01_w_2, MB01_w_3, MB01_w_4, MB01_w_5