

<b>1.</b>	<b>Field of study</b>	<b>Scientific Information and Library Science</b>
2.	Faculty	Faculty of Humanities
3.	Academic year of entry	2019/2020 (winter term), 2020/2021 (winter term)
4.	Level of qualifications/degree	second-cycle studies
5.	Degree profile	general academic
6.	Mode of study	part-time

**Module:** Library marketing

**Module code:** 02-BN-N2-MB01

**1. Number of the ECTS credits:** 4

<b>2. Learning outcomes of the module</b>			
code	description	learning outcomes of the programme	level of competence (scale 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. Module description**

<b>Description</b>	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.
<b>Prerequisites</b>	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. Assessment of the learning outcomes of the module

code	type	description	learning outcomes of the module
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. Forms of teaching

code	form of teaching			required hours of student's own work		assessment of the learning outcomes of the module
	type	description (including teaching methods)	number of hours	description	number of hours	
MB01_fs_1	lecture	Wykład konwersatoryjny przybliżający wiedzę z zakresu zarządzania i marketingu z wykorzystaniem elementów wykładu problemowego.	15	Lektura uzupełniająca zgodna z zaleceniami prowadzącego.	45	MB01_w_1
MB01_fs_2	laboratory classes	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.	15	Przygotowanie prezentacji i projektów zgodnie z wymogami prowadzącego.	45	MB01_w_2, MB01_w_3, MB01_w_4, MB01_w_5