

Маркетинг БИД:

ИТОГИ, ПРОГНОЗЫ

План занятия:

- Что мы умеем. Итоги освоения дисциплины.
- Что нас ждет. Тенденции развития маркетинга БИД.
- Чего нам не хватило. Пожелания на будущее.

Что мы знаем:

- теоретические основы маркетинговой деятельности;
- специфику маркетинга библиотечно-информационной деятельности;
- особенности ИПУ как объекта маркетинговых усилий;
- подходы к определению стоимости на ИПУ;
- стратегию и тактику продвижения ИПУ.

Что мы умеем:

- проводить маркетинговые исследования;
- проводить бенчмаркинг и коммуникативный аудит;
- создавать разные виды ИПУ (бизнес-справки, сравнительные таблицы, аналитические отчеты и т. д.);
- разрабатывать программу продвижения ИПУ;
- представлять и защищать результаты своих исследований.

Тенденции развития маркетинга БИД

- Изменение нормативной базы:
 - проект Федерального закона «О культуре в Российской Федерации»
 - Государственный доклад о состоянии культуры в Российской Федерации в 2014 г.
 - Федеральная целевая программа «Культура России 2012-2018 годы»
 - Государственная программа РФ «Развитие культуры и туризма в 2013-2020 годы»

Деятельность международных организаций:

- **Премия в области маркетинга.**

Инициатор: Секция по менеджменту и маркетингу ИФЛА

Конкурс 2014 года – 31 заявка

Победитель 2014 года – проект «Библиотека в трамвае – трамвай в библиотеку» г. Брно Чехия.

- Другие направления деятельности ИФЛА:
 - отчеты по тенденциям развития библиотечно-информационной деятельности;
 - разработка стандартов;
- **поддержка проектов молодежи** (*7-я Премия ИФЛА за лучшую студенческую работу в области библиотечно-информационной науки 2015*)

Деятельность российских организаций:

Секция по библиотечному менеджменту и маркетингу РБА проводит:

- **Всероссийский конкурс «Библиотекарь года».**

Победитель 2014 года: Анастасия Георгиевна Гачева, зав. отделом музейно-экскурсионной работы Центральной детской библиотеки № 124 ЦБС ЮЗАО г. Москвы.

- **Всероссийский конкурс «Современные тенденции в обслуживании читателей»**
- **Всероссийский конкурс «Оптимизация деятельности библиотек на основе новых технологий»:** 50 заявок.

Победители 2014 г.:

- Номинация «Свершения» проект «Новые online-услуги Вологодской областной универсальной научной библиотеки им. И. В. Бабушкина»
- Номинация «Мечты» проект «Умная библиотека: нижегородский вариант» ЦБС Канавинского района г. Н. Новгород.

Внедрение системы менеджмента качества в деятельность библиотек:



Библиотеки внедрившие СМК:

- Республиканский медицинский библиотечно-информационный центр (www.rmbic.ru)
- ЦБС г. Сургута (slib.admsurgut.ru)
- Псковская областная универсальная научная библиотека (www.pskovlib.ru)
- Государственная библиотека Югры (www.okrib.ru)

Привлечение внебюджетного финансирования/поддержки

- **Фандрайзинг** – процесс привлечения денежных средств и иных ресурсов (человеческих, материальных, информационных и т. д.), которые организация не может обеспечить самостоятельно и которые являются необходимыми для реализации определенного проекта или своей деятельности в целом.

- **Крадусорсинг** – передача некоторых производственных функций неопределённому кругу лиц, решение общественно значимых задач силами добровольцев, часто координирующих при этом свою деятельность с помощью информационных технологий.

- **Краудфандинг** — это коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций (реципиентов).

Как узнать о новых тенденциях:

- Знакомиться с интернет-ресурсами.
- Следить за публикациями.
- Анализировать успехи других библиотек и учреждений культуры.

Следить за публикациями:



Интернет-маркетинг

- Варьякина Г.Е. 139 Социальная сеть как инструмент маркетинга
- Башкиров С.А. 138 Целевая стратегия: инструмент для конвертации посетителей сайта в клиентов
- Варшавский А.А., Тихонова М.А. 140 Интернет-порталы на устройствах на графиках
- Ярочник С.Е. 136 Интернет-продвижение сайтов
- Орлов С.А. 135 Маркетинг в виртуальной среде: в поисках наиболее эффективных методов. Часть 2. Виртуальный обмен: ключевые технологии участников
- Величкин С., Дуров К. 134 Число гостей в Интернете: оценка стоимости интернет-сайтов

Маркетинг и маркетинговые исследования

- Овнер О.К. 209 Эффективный инструментальный стандарты измерения эффективности маркетинговых исследований
- Орлов С.А. 208 Стратегия-поведенческий подход к определению уровня планирования
- Смирнов Е.В., Фролова Л.А. 203 Маркетинг от Васильева-Фролова, концепция миссии и обобщения
- Борисович С.Е. 206 Перспективы культуры как основа рыночного успеха: методология исследования, новые методы и формы взаимодействия
- Павлов В.Д. 210 Роль интеллектуальной функции маркетинга в процессе стратегического планирования на предприятии
- Полышкин С.Е. 204 Разработка системы показателей управления на основе производственной компании (Фирма-Стекло-ру)
- Величкин С.Е. 200 Маркетинговые стратегии и технологии деятельности интернет-фирм, работающих на рынке интеллектуальной продукции в России
- Смирнов Е.В. 204 Целебумажники на интернет-сайте: оценка конкурентной среды интернет-магазина



Перспективы:

- Какие вопросы/проблемы необходимо добавить в курс?
- Что мне понравилось в курсе?
- Что вызвало у меня трудности?
- Как я буду использовать маркетинг в своей профессиональной деятельности?