

КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ОСТРОГРАДСЬКОГО
ФАКУЛЬТЕТ ПРАВА, ГУМАНІТАРНИХ І СОЦІАЛЬНИХ НАУК
КАФЕДРА ГУМАНІТАРНИХ НАУК, КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВА

Пояснювальна записка

до випускної роботи бакалавра

на тему **«Менеджмент і маркетинг бібліотечно-інформаційної діяльності»**

Виконав: студент 4 курсу,
групи БІС-16-1
Спеціальності 029 «Інформаційна,
бібліотечна та архівна справа»
Невідничий М. А.

Керівник Саранча В. І.
Рецензент Лебединська Г.О.

м. Кременчук 2020 року

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ БІБЛІОТЕЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	13
1.1. Види, методи та інструменти в менеджменті. Визначення бібліотечного менеджменту.....	13
1.2. Стратегічне управління та стратегічне планування. Операційний менеджмент в бібліотеці.....	16
1.3. Проектний та кадровий менеджмент.....	19
1.4. Антикризове управління бібліотекою.....	25
РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ В БІБЛІОТЕЦІ	31
2.1. Сучасні концепції та основні функції, принципи бібліотечного маркетингу.....	31
2.2. Маркетинг бібліотечних продуктів та послуг.....	36
2.3. Методика та організація маркетингових досліджень.....	38
2.4. Маркетингові комунікації.....	43
ВИСНОВКИ.....	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ.....	53
ДОДАТКИ.....	59

АНОТАЦІЯ

Тема: «Менеджмент і маркетинг бібліотечно-інформаційної діяльності»

Записка: 62 сторінки, 5 додатків, 45 літературних джерел.

Об'єкт дослідження – менеджмент та маркетинг.

Предмет дослідження – менеджмент та маркетинг бібліотечно-інформаційної діяльності.

Мета випускної роботи – представити бібліотечний маркетинг та менеджмент як концепцію творчого управління бібліотекою, орієнтуватися на задоволення справжніх і майбутніх документально-інформаційних потреб користувачів за допомогою аналізу, прогнозування та стимулювання попиту на бібліотечний продукт.

У бакалаврській роботі з'ясовано, що менеджмент та маркетинг бібліотечно-інформаційної діяльності являє собою соціальне, а не суто технічне явище, як це вважалося раніше. Тобто, можна підсумувати, що маркетинг та менеджмент дозволяє вижити бібліотечно-інформаційній діяльності у кризові часи, коли скорочується фінансування, коли бібліотека має відстоювати право на подальше існування. Спирання на маркетинг та менеджмент як системи управління та трансформації бібліотеки в ринковій економіці ставить її в більш вигідне положення у порівнянні з бібліотеками, що працюють за традиційною моделлю. Маркетинг та менеджмент принципово перебудовує бібліотеку, мислення бібліотекарів, повертає їх у бік користувача і тим самим полегшує ідентифікацію їхньої реакції на вимоги ринку.

Ключові слова: маркетинг, менеджмент, бібліотечно-інформаційна діяльність, бібліотека.

Theme: Management and marketing of library and information activities

The bachelor's thesis found that the management and marketing of library and information activities is a social rather than a purely technical phenomenon, as previously thought. That is, we can conclude that marketing and management allows to survive the library and information activities in times of crisis, when funding is reduced, when the library must defend the right to continue to exist. Reliance on marketing and management as a system of management and transformation of the library in a market economy puts it in a better position than libraries that operate on the traditional model. Marketing and management fundamentally restructures the library, the thinking of librarians, turns them towards the user and thus facilitates the identification of their response to market demands.

Key words: marketing, management, library and information activity, library.