

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель дисциплины: обучение специальным знаниям, умениям и навыкам в области PR и рекламных технологий применительно к библиотеке; овладение методами разработки имиджевых стратегий и фирменного стиля библиотеки; освоение технологий продвижения библиотечных услуг и продуктов в социальном пространстве.

Курс включен в блок обязательных дисциплин вариативной части.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать: основы рекламы в библиотечно-информационной сфере;

уметь: анализировать конъюнктуру книжного рынка; осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в библиотечно-информационной сфере; организовывать рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия, разрабатывать их план и анализировать эффективность; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры;

владеть: методикой и технологией планирования, подготовки и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в библиотечно-информационной сфере.

Содержание курса: Средства массовой коммуникации. Каналы передачи информации: непосредственная коммуникация, СМИ, Интернет. НКО и виды СМИ.

Журналисты как ключевая аудитория НКО. Формы работы НКО со СМИ.

Создание материалов. Мероприятия для СМИ. Работа НКО в сети Интернет: веб-сайт, социальные сети и блогосфера.

PR-мероприятия и PR-кампании НКО. Планирование PR-кампании. PR-мероприятия НКО: стратегия, классификация, креатив. PR-кампания «Дети должны учиться вместе!» (2011): проблема; тестирование аудитории; целевые группы; цель; средства коммуникации; PR-мероприятия; атрибутика; оценка эффективности.

Организация рекламной деятельности в библиотеках. Создание имиджа библиотек. Критерии выбора каналов распространения рекламных посланий. Современная система деловой коммуникации. Этика, технологии и организационные формы рекламы. Основные целевые группы и контактные аудитории.

Ярмарки и выставки как специфические способы маркетинговой деятельности. Назначение ярмарки для продвижения книги и чтения, библиотечной продукции. Организация и проведение книжной ярмарки. Книжные выставки. Рекламные технологии и их влияние на общественное мнение. Коммуникационные технологии и особенности их применения в библиотеке. Имиджевая реклама.