

Biblioteka jako marka. Materiały z VII Forum Młodych Bibliotekarzy w Łodzi, 11-12 września 2012 r.

Spis treści

- Przedmowa, Elżbieta Stefańczyk – Przewodnicząca SBP
- Od Organizatorów, Elżbieta Grzelakowska – Przewodnicząca SBP Okręgu Łódzkiego; Joanna Stawińska – Przewodnicząca
- Komitetu Organizacyjnego VII Forum Młodych Bibliotekarzy w Łodzi

I. Biblioteka jako marka

- Mikołaj Baj: Logo wybranych bibliotek państwowych uczelni akademickich w Polsce – próba oceny
- Jacek Okulus: URSYNOTEKA jako marka
- Magdalena Młynarczyk, Barbara Wymyk: Od marki do euro, czyli jak skutecznie grać do kilku bramek. Identyfikacja wizualna
- Hanna Grabowska: Kontrola zasobu a marka Biblioteki Uniwersyteckiej w Poznaniu
- Marta Pospiszył, Anna Stach-Siegieńczyk: Biblioteka jako marka Wydziału Elektrycznego Politechniki Wrocławskiej
- Leszek Szafranski: Biblioteka przyszłości czy poszerzenie istniejącej oferty Biblioteki?
- Kinga Adamiak, Małgorzata Bródka: Gromadzenie jako zaplecze kształtowania marki w Bibliotece Uniwersyteckiej w Poznaniu
- Katarzyna Puksza, Adela Spychała: „Opowieść biblioteki” – czyli jak zmienić postrzeganie biblioteki jako instytucji dzięki strategii marketingowej
- Kiriakos Chatzipenditis: Biblioteka kontestacją marki jako symbolu konsumpcyjnego na przykładzie słownika miejskiego
- Anna Rutkowska: Bibliotekarz w instytucji zorientowanej marketingowo
- Aleksandra Jaroniewska: Nowy adres – czas na zmiany!

II. Różnorodne formy pracy z czytelnikiem i ich wpływ na kształtowanie marki

- Roman Sowa: Film w bibliotece, czyli jak poszerzyć ofertę edukacyjną bibliotek pedagogicznych
- Monika Wachowicz: Efekt puzzli. Działalność Muzeum Oświaty Ziemi Łódzkiej na rzecz budowania marki Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej w Łodzi
- Magdalena Musiela: Bibliotekarz i użytkownik w interdyscyplinarnych programach aktywności opartych o materiały drukowane i niedrukowane, czyli o formach, metodach i technikach biblioterapii

- Andrzej Hołasek: Działalność kulturalna jako forma promowania Biblioteki Politechniki Łódzkiej
- Katarzyna Wojtaszak: Akcja Czytelniczy Czytelnikom, czyli co dobrego może zrobić czytelnik
- Beata Leńczuk-Bachmińska: Biblioteka jako katalizator działalności społecznej i kulturalnej. Współpraca z grupami nieformalnymi i organizacjami pozarządowymi
- Marta Patla: Więzień też człowiek. Dyskusyjny Klub Książki w Zakładzie Karnym w Tarnowie
- Karolina Kamińska, Dorota Kuźnicka: BUWing jako moda na bibliotekę
- Bożena Jaskowska: W to nam graj! Grywalizacja w promowaniu usług bibliotecznych
- Dagmara Burzyńska: Uśmiech dziecka marką biblioteki – na przykładzie działalności upowszechnieniowej Wojewódzkiej i Miejskiej Biblioteki Publicznej im. dr. W. Beły w Bydgoszczy
- Monika Raczyńska: Miejsce dla wszystkich, wszystko na miejscu – dobre praktyki w Galerii Książki
- Agnieszka Jarych: Wrocławski Dzień Bibliotekarza – sposób na promocję bibliotek
- Beata Gamrowska: Biblioteka jako miejsce, które inspiruje
- Beata Śliwińska: Przychodzi czytelnik do biblioteki... Po co?

III. Kształtowanie wizerunku poprzez wykorzystanie nowych technologii i Internetu

- Karolina Dyl: E-learning czy kontakt bezpośredni w szkoleniu nowych użytkowników bibliotek uczelni niepaństwowych
- Dominika Paleczna: Kreowanie wizerunku przez targetowanie wypowiedzi w Internecie
- Joanna Gawłowska, Maria Kacperska: Innowacje technologiczne jako element budowania marki bibliotek seminariów duchownych w Polsce
- Aleksandra Fajfer, Karolina Imiołek: Jak to się robi w nowych mediach czyli promocja na Facebooku
- Izabela Tumas: Biblioekta szkolna – życie po blogu
- Agnieszka Goszczyńska: Budowa Repozytorium Uniwersytetu Łódzkiego jako istotny element strategii marki Biblioteki Uniwersytetu Łódzkiego
- Piotr Szeligowski: Współczesny bibliotekarz wśród źródeł komunikacji

Biblioteka jako marka. Materiały z VII Forum Młodych w Łodzi, to pierwsza książka SBP opublikowana wyłącznie elektronicznie.

Ebook ten stworzony jest z referatów, wygłoszonych w trakcie ogólnopolskiego spotkania młodych bibliotekarzy w Łodzi. Książka ta składa się z trzech rozdziałów stanowiących główne tematy Forum: **"Biblioteka jako marka"**, **"Różnorodne formy pracy z czytelnikiem i ich wpływ na kształtowanie marki"** oraz **"Inicjatywy bibliotekarzy w kształtowaniu wizerunku i marki"**.

W pierwszym rozdziale autorzy artykułów dzielą się swoimi doświadczeniami w budowaniu marki w instytucjach, w których pracują. Podkreślają znaczenie wizerunku marki dla funkcjonowania i postrzegania biblioteki w obecnych czasach. Dodatkowo rozpatrują budowanie marki na przykładzie relacji z różnymi podmiotami: aktualnymi i potencjalnymi czytelnikami, mediami, samorządem lokalnym oraz sponsorami. Wskazują, że skuteczne zarządzanie marką obejmuje wiele obszarów. Autorzy wskazują, poprzez jakie codzienne zadania, kreuje się tożsamość marki.

W rozdziale drugim, opisano konkretne rozwiązania, które mają wpływ na jej budowanie. Należy do nich poszerzenie ofert edukacyjnych biblioteki, działalność kulturalna, współpraca z grupami nieformalnymi i organizacjami pozarządowymi. Dyskusyjnymi Klubami Książki oraz innowacyjnymi metodami pracy z czytelnikami, które mają wpływ na postrzeganie placówek bibliotecznych. Publikację zamykają rozważania nad kształtowaniem wizerunku poprzez wykorzystanie nowych technologii i Internetu. Młodzi bibliotekarze dzielą się w tej części swoimi doświadczeniami w budowaniu marki poprzez nowe narzędzia, takie jak: e-learning, blogi, promocję na portalu społecznościowym Facebook czy repozytoria cyfrowe. Zdają też sobie doskonale sprawę, jak trudnym przedsięwzięciem jest budowanie marki, przekonani są jednak, że warto zaangażować swój potencjał, aby odnieść sukces. Publikacja z VII Forum Młodych Bibliotekarzy stanowi cenny zbiór artykułów wartych lektury i wykorzystania w praktyce.

Joanna Stawińska

Redaktor opracowania