

**Автор:** Силвия Найденова, Милкана Лишкова, Тошка Борисова

**Рубрика:** □ Професионални форуми

**Публикувана:** бр. 5, октомври 2019

В периода 1 – 5 юли 2019 г. взехме участие в More Than Library Erasmus+ STT Week (Международна седмица за обучение на библиотечни специалисти „Повече от библиотека“), организирана от организацията Dare 2 Succeed и проведена в Политехническият университет на град Тимишоара, Румъния. Основната цел на събитието беше да се наблегне на променящата се роля на библиотеките в рамките на университетите и академичните организации, към които принадлежат, като се предефинират ролите на библиотечните специалисти според нуждите на потребителите. В тази връзка се налага институциите да се превърнат в нещо повече от библиотеки, които само предоставят книги и материали за четене и да се внедрят нови модели на планиране, промотиране и работа за по-добра ефективност.

Програмата на обучението бе натоварена и динамична. Петте дни преминаха под формата на дискусии, работа в екип, казуси и практически задачи. Подходът беше да се погледне на библиотеката като на организация, предлагаща бизнес услуга, а на студентите и на преподавателите – като на клиенти. Съответно да се приложат нови маркетинг концепции за обновяване на услугите, насочени към специфични публики, с измерване на постиженията и със съответния очакван ефект върху потребителите.

Участниците в програмата бяха библиотечни специалисти, които работят в различни по големина университетски и научни библиотеки от България, Великобритания, Швейцария и Румъния и са отговорни за управлението на библиотечните дейности. По време на едноседмичното ни посещение бяхме обучени в различни аспекти на управлението на библиотечните услуги, процеси и дейности.

Седмичната беше открита от председателя на Dare 2 Succeed д-р Ирис Михай. Програмата започна с презентации на университетите и библиотеките на участниците. След това дискутирахме бъдещето и целите на библиотеките. Вниманието ни беше насочено към планирането – какво библиотеката планира и работи в краткосрочен, средносрочен и дългосрочен план. И как обслужването на библиотеката подпомага образователните и научни цели на университета или организацията. Организирането на библиотечни маркетингови кампании не трябва да е самоцел. Необходимо е добре да дефинираме какво целим и какво очакваме. След това да помислим как ще го осъществим, какви са етапите и стъпките, през които ще преинем. Предлагането на ясни послания към потребителите е важно за организирането на успешни кампании за промотиране на библиотечните дейности и колекции...

**Цялата статия можете да прочете,** □

**ако се абонирате за печатното или електронното издание на** □ [списание ББИА](#)  
[онлайн](#) □

