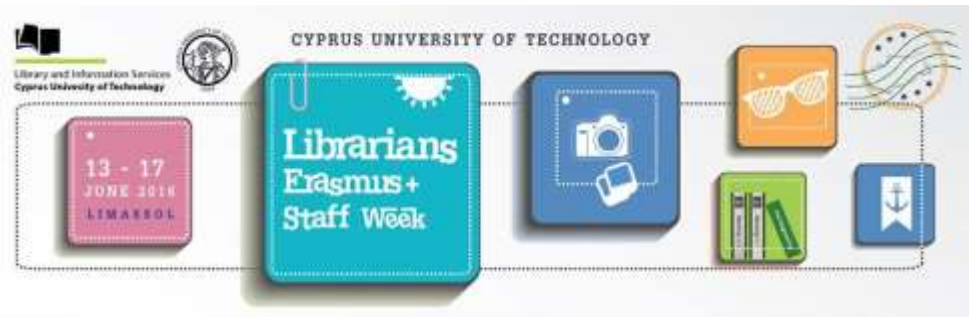




Kypr – nová éra komunikace: marketing akademických knihoven a další inspirace





O čem to bude..

1. Výzkum v akademické knihovně.
2. Marketing (my můžeme inspirovat)
 - Střípky prezentace: příklady naší propagace na Facebooku.
3. Pozice „subject librarian“
4. Služba „Ask your librarian“
5. Jak oslovit akademiky?
6. Vychytávky
7. Bonus: Konference ELPUB 2017

Inovace zaštitěny výzkumem

- Než začali učit IG – **dvouletý výzkum.**
- www.libqual.org
- Výzkumy i v rámci **malých skupin** (1 magistr, 2 bakaláři, 3 středoškoláci, 4 akademici).
- Pokud mají veškeré nové služby podložené daty, **lépe je prosadí** v akademické obci.
- Slučování vykazování výzkumů **Research ID** (Scopus, WoS, Scholar, atp.) – plná podpora rektorátu.
- **Tým výzkumníků/knihovníků**, který se věnuje pouze výzkumu.

Prosazení inovací vždy podloženo daty.

Marketing v akademických knihovnách

Kypr

- **Pracovní skupiny:** akademici, zaměstnanci, studenti, knihovníci.
- **Dohromady** dělají projekty PR: sociální sítě, marketing, propagace.
- Cílí na **všechny skupiny**.

Informace účastníků

- Marketing v počátcích.
- Knihovny zkoušejí, mluví s uživateli, zjišťují jejich potřeby (výzkumy uživatelské spokojenosti).
- Propagace na Facebooku – **jsme dál:** osvědčené způsoby, spolupráce.

Co opravdu funguje?

PERSONALIZACE - Jsme rádi „tváří“ naší knihovny



Informovat vtipně

Knižní bazar



Ztráty a nálezy



Zavřeno přes prázdniny



Nečekané a kreativní



Kozy vedle knihovny



Tašky na knihy

Pozice „*subject librarian*“

- Od roku 2011
- Pracují s **akademickými pracovišti**, identifikují a řeší knihovnické a informační **potřeby pracovníků a studentů**.
- Nabízí možnost **vzdělávacích setkání**, která jsou **užitá na míru** potřebám jednotlivých kateder a uživatelů.
- **Monitorují** knihovní kolekce a databáze, které jsou udržovány **podle potřeb** studentů a zaměstnanců (vč. publikační činnosti) a zajišťují tak **nejefektivnější využívání odborných zdrojů**.
- Zavádí a šíří i další univerzity, **v Evropě začíná být běžné**.

Ask your librarian

- Střídají se **všichni** knihovníci, **různá zaměření** (vč. subject librarians)
- Každý den 15:00-18:00
- IG, OA, podpora výzkumu, závěrečné práce, databáze, atp.
- Tzv. **one-to-one support**



Jak na akademiky?

Kypr

- **Setkávání na jejich půdě** – události kateder, kde je vždy přítomen někdo z knihovny.
- **Přebírají roli studenta** – navštěvují kurzy, aby věděli, co potřebují (jak akademici, tak studenti)
- **Sledují publikace** – aby věděli, v čem jim mohou při vyhledávání pomoci.
- **Nezbytná spolupráce s vedením** – aktivity napříč ak. a neak. plně podporované.

U nás

- **Shora dolů nebo zdola nahoru?**
 - Prokázat potřebnost – (PhDr. Hana Landová IATUL2015)

Vychytávky

- **Digitalizace** – Kypr
 - **360.000** ebooků, 26.000 tištěných knih
 - **12.000** el. časopisů, 28 tištěných
- **Řešení pokut** – polytechnická univerzita, Portugalsko
 - Nepokutují, ale **rovnou lokální blok**
 - Akce jednou ročně „**Solidarity: fines for food**“ za kilo jídla do potravinové banky se umaže 15 dní pokuty.
- **Research-Bar** – univerzita aplikovaných věd, Švýcarsko
 - Platforma pro IG, citace, závěrečné práce (návody, postupy, tipy a triky).
- Speciální **zóny** – univerzita v Readingu, Velká Británie
 - „**silent zone**“ – tichá zóna, nesmí se hovořit
 - „**quiet zone**“ – tichá zóna, ale smí se šeptat

ELPUB 2017

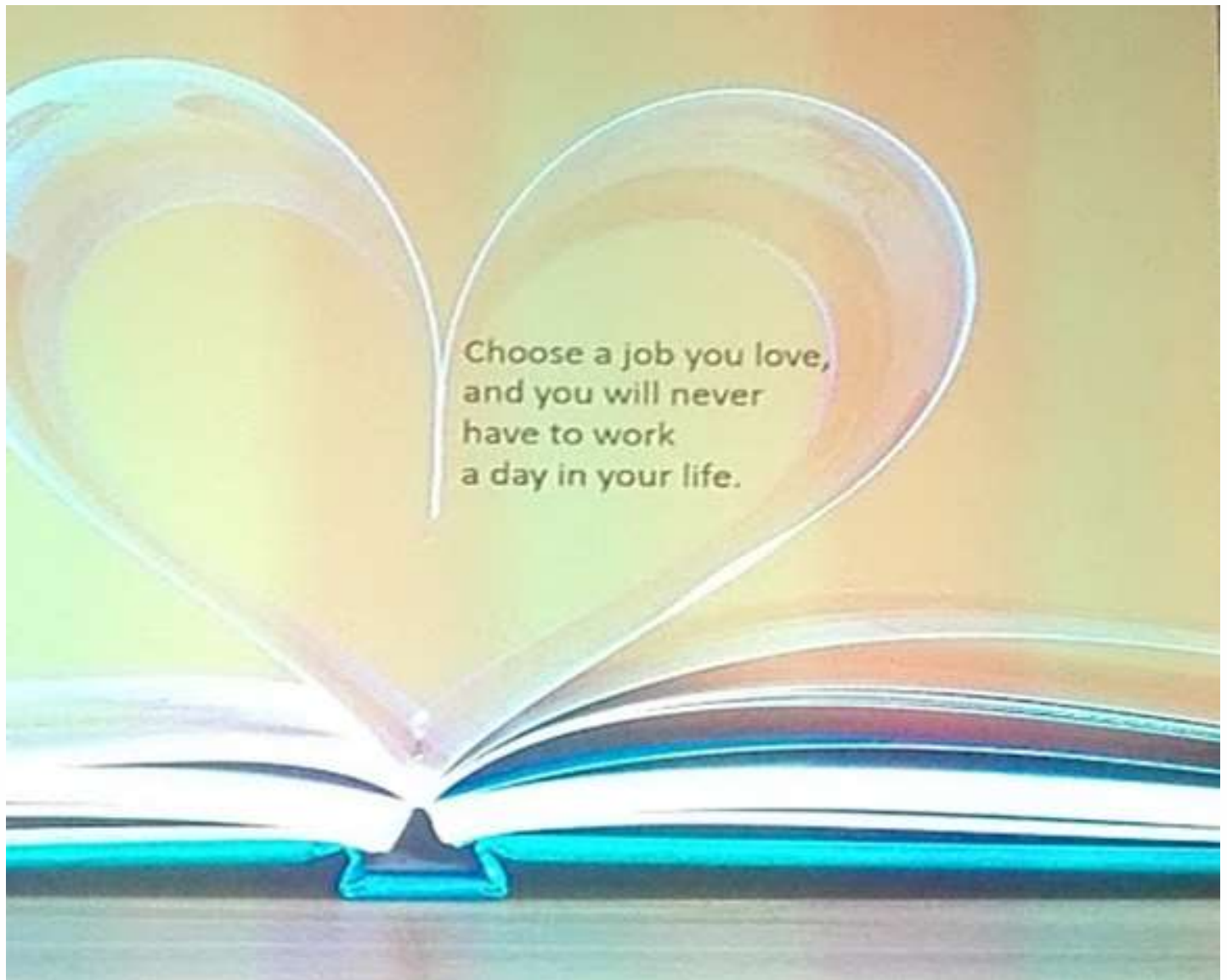
International Conference on Electronic Publishing

- Otevřená věda
- OA, otevřená data, otevřené zdroje
- **Open peer review** = možnost sdílení publikací napříč akademickým i neakademickým virtuálním prostorem – okamžitá zpětná vazba.
- **Otevřená metodologie** = každý chápe, co chce výzkum sdělit, je jednoduše čitelný a srozumitelný pro všechny.
- **Komunita** – každý může kopírovat, konzultovat a posílat dál.
- **Nezbytné pro knihovníky – data management.**

Shrnutí

- **Vzdělávání** v oblasti přípravy a realizace výzkumů:
 - důležité pro mapování cílové skupiny i chodu knihovny
 - možnost pochopení potřeb akademiků i studentů
- Můžeme dělat **kvalitní knihovnickou práci** podloženou daty a přitom **být blízko ke studentům**.
- **Hlavní je, se ptát** – pořád a všech
 - **Znalost potřeb cílových skupin** = kvalitní marketing
 - **Nápady** od širokého spektra uživatelů (akademici, studenti i zaměstnanci).
- **„Subject librarian“** – běžné v evropském kontextu; zacílení v problematice, vzdělávání expertů, podpora studentů i akademiků.
- **Nebát se být blíž** – sledovat publikace akademiků, chodit k nim do kurzů, koukat pod ruce.

„Searching information is an art“ (Maria Haraki)



Mgr. Veronika Šléglová
vsleglov@fss.muni.cz

Převzato od Mgr. Sylvie Řehořové