

## MARKETING 13:30–18:00

**Garant:** Mgr. Daniel Bechný – Studijní a vědecká knihovna Plzeňského kraje

**Spolugarantky:** Mgr. Martina Wolna – Knihovna Třinec  
Věra Ondřichová – PR profesionál na volné noze

V současnosti není nutné vést diskuse o tom, zda marketing do knihoven patří nebo nepatří. Marketing v knihovnách se stal nezbytným procesem, ve kterém se jednotlivé knihovnické služby dostávají ke svým uživatelům. Poměrně jasný proces distribuce knihovnických produktů až k uživateli s sebou přináší řadu otázek, kterým bychom se v tomto bloku, zahrnujícím i dílny, chtěli věnovat.

Nabízíme uživatelům, co opravdu potřebují, a to tím nejlepším způsobem? Jak zjistíme, co uživatelé potřebují a jak tomu přizpůsobíme naše služby? Je marketing a marketingové oddělení výsadou pouze velkých knihoven nebo je to nezbytný nástroj i pro malé knihovny? Mají si knihovny nechat zpracovávat marketingové studie a strategie od profesionálních firem nebo na to stačí sami? Proč si nezkusit vypracovat marketingovou strategii?

***Daniel Bechný** vystudoval obor Kulturní a sociální antropologie při Fakultě filozofické Západočeské univerzity v Plzni. Působil jako etnograf a později jako vedoucí etnograf národopisného oddělení v Západočeském muzeu v Plzni. Zde se věnoval animačním programům a podílel se na přípravě Muzejních nocí. Od roku 2012 je ředitelem Studijní a vědecké knihovny Plzeňského kraje.*

***Martina Wolna** je ředitelkou Knihovny Třinec, která byla zrekonstruovaná a nově otevřená koncem roku 2014. Pod jejím vedením funguje i Galerie města Třince a Infocentrum Třinec. V současnosti se zabývá především problematikou práce s mladými lidmi v knihovnách, inovacemi a designem služeb v knihovnách, strategickým plánováním, vzděláváním knihovníků a budováním úžasného týmu, se kterým společně vytváří progresivní moderní knihovnu. Je velkou milovnicí koček a slovenské přírody.*

***Věra Ondřichová** zakládala a vedla oddělení vnějších vztahů v Městské knihovně v Praze. Zajišťuje a konzultuje PR v neziskovkách. Přípravuje Akademii PR pro knihovny a neziskovky – sérii odborných seminářů pro PR profesionály.*

### PROGRAM

#### PŘEDNÁŠKY – MÍSTNOST U2, BUDOVA A – SUTERÉN

13:30–14:30

**SOCIAL MEDIA** / Kateřina Borovanská – Managing director FREYA & Fénix content marketing

Komunikace na sociálních sítích je prostředek jak se přiblížit své komunitě a budovat si vztah s „novými“ čtenáři online. Hodí se pro komunikaci a povídání o literatuře. Zapojit můžete taky audioknihy, e-knihy, nové formáty čtenářovy pozornosti. Můžete přivést čtenáře na vaše webové stránky a především do vaší knihovny a ke knihám jako takovým. Sociální sítě jsou určeny k tomu, aby společnosti a lidé sdíleli kvalitní informace a obsah a ten dál šířili a diskutovali mezi sebou.

***Kateřina Borovanská** studovala na FF UK obory politologie, rumunská filologie a jihovýchodoevropská studia, ale její manželskou láskou jsou nakonec marketing a komunikace. Kateřina je captain společnosti Freya, kterou založila před pěti lety*

po zkušenosti z velkých konzervativních agentur. Pro klienty pracuje Freya na brandbuildingu, contentmarketingových strategiích, public relations aktivitách, zpracovává design či byznysové strategie pro menší či začínající značky.

**14:30–15:30**

**DESIGNOVÁNÍ V KNIHOVNÁCH** / PhDr. Petr Škyřík, Ph.D – Kabinet informačních studií a knihovnictví Filozofické fakulty Masarykovy univerzity

*Petr Škyřík, opatrný akrobat balancující na ostří informační vědy, designu služeb a design managementu. Roztěkaný inovátor se systematickými sklony. Zapálený plagiátor všeho zajímavého a inspirativního. Zatvrzelý hledač nejlepších řešení, který přichází na to, že nejlepší řešení v životě neexistují. Příznivce delších a náročnějších cest, který věří tomu, že ty rychlé a snadné většinou nefungují. Pracuje jako proděkan Filozofické fakulty Masarykovy univerzity a vedoucí pracoviště Kabinet informačních studií a knihovnictví MU.*

**15:30–16:00 – PŘESTÁVKA**

**16:00–17:00**

**SMYSL A PRINCIPY DRAMATURGIE** / MgA. Jana Haková – Prázdninová škola Lipnice  
Vystihneme smysl a principy dramaturgie vzdělávání, jak ji pojmáme v PŠL. Ukážeme si krásný příklad dramaturgické koncepce zážitkového kurzu pro rodiče a děti, na kterém jsme zpracovávali téma příběhů kvalitních dětských knih.

*Jana Haková je absolventkou magisterského studia dramatické výchovy na DIFA JAMU v Brně. Pět let působila ve stejném ateliéru jako odborná asistentka a vyučovala metodiku a didaktiku dramatické výchovy, sociální komunikaci, divadelní projekty a metodiku herecké výchovy dětí. Od roku 2001 působí jako instruktorka v Prázdninové škole Lipnice a od roku 2002 v oblasti firemního vzdělávání. Vedle autorských kurzů lektoruje v PŠL vzdělávací kurzy pro pedagogy – Klíč, Sborovna, Klíčový rok. Působí také jako lektorka metody zážitkové pedagogiky pro neziskové organizace.*

**17:00–18:00**

**GAMIFIKACE V KNIHOVNÁCH** / Petr Pouchlý – Court of Moravia

Lidé se násobně více těší na jakoukoliv aktivitu, pokud je podána jako hra. Stejně tak již dávno hry nejsou jen pro děti a současné generace mladých již na hrách vyrostly nejen v dětství, ale drtivá většina z nich zůstala hravá i v dospělosti. Skrze hru se učíme, rozvíjíme i motivujeme k dosažení mistrovství. Design postavený na herních prvcích, design hravý a design zaměřený na hráče (klidně mu můžete říkat návštěvník knihovny) bude motorem služeb 21. století. Buď začnete hrát ligu nebo skončíte mimo hru. Představím vám, jak rozehrát první partii.

*Petr Pouchlý se herním designem zabývá přes 20 let, zkušenosti v HR čerpá z neziskové i korporátní sféry, kde pracoval jako manažer, prezentátor i mentor. V roce 2007 založil svobodnou firmu Court of Moravia, která je číslo 1 na českém trhu v gamifikaci a playful designu, zaměřeném na využití her a herních principů v HR, změnovém řízení i designu produktů.*

**WORKSHOPY**

**Místnost I. (4.23)**

**13:30–15:00**

## **JISTĚ, PANE STAROSTO / Martin Čadra – Knihovna Třinec**

Zamyslíme se nad prosazováním zájmů knihoven na obecní úrovni a nad tím, jak může pověřená knihovna "lobbovat" za své malé ovečky a i za sebe sama na úrovni vedení měst a obcí.

**15:00–16:30**

## **SOCIÁLNÍ MÉDIA – JAK NA TO / Kateřina Borovanská**

Workshop se zaměří na sociální sítě: Facebook, LinkedIn, Instagram.

**16:30–18:00**

## **JAK VYROBIT PLAKÁT ANEB KDE KNIHOVNÍCI (NE)DĚLAJÍ V MARKETINGU CHYBY – Jana Leitnerová**

Workshop začneme obecně úvahou, zda v knihovnách víme, co marketing vlastně je a zda jej umíme. Společně si projdeme hlavní procesy a zjistíme, zda je děláme dobře. V praktické části se zaměříme na marketingový mix a připravíme si jednoduchou kampaň.

*Jana Leitnerová má zkušenosti z několika reklamních a marketingových agentur, v současnosti působí jako externí posila v několika společnostech, věnuje se offline i online marketingu a PR. Má zkušenosti s nastavením marketingových a komunikačních strategií, budováním značek, zákaznickým servisem a krizovou komunikací. V těchto oblastech, zejména pak v souvislosti s digitálním marketingem, školí firmy, jednotlivce i neziskové organizace.*

## **Místnost II. (4.18)**

**15:00–16:30**

## **KUDY DOSTAT UDÁLOST DO NOVIN? / Věra Ondřichová**

Jak najít na vlastní události ty největší taháky – jak s nimi pracovat v textu – jak je dostat do e-mailu – jak je představit novináři do telefonu?

**16:30–18:00**

## **S ČÍM A JAK OSLOVIT NOVINÁŘE / Zdeněk Mihalco – Nadace VIA**

Rozhovor s novinářem – co má v hlavě, dle čeho hodnotí naši událost, jak ho nejlíp oslovit?

*Zdeněk Mihalco deset let pracoval v médiích, zejména v Hospodářských novinách a v časopise Forbes. V současné době pracuje pro Nadaci Via. Ta podporuje lidi, kteří svépomocí mění Česko k lepšímu, mimo jiné společnou proměnou veřejných prostranství a ožíváním veřejného prostoru. Zajímají ho pozitivní příklady změn v českých městech a obcích.*

## **Místnost III. (U3)**

**15:30–17:00**

## **METODY DESIGNOVÉHO MYŠLENÍ PRO KNIHOVNY / Bc. Roman Novotný a Bc. et Bc. Pavla Minaříková – Kabinet informačních studií a knihovnictví Filozofické fakulty Masarykovy univerzity**

Designové myšlení je systematický přístup k navrhování produktů nebo služeb. Jedním z jeho principů je, že do návrhu řešení zapojuje samotné uživatele. Na workshopu si vyzkoušíme konkrétní metody, které můžeme využít při získávání a zpracování informací o uživateli a návrhu řešení. V 90 minutách se seznámíme s designovým procesem, definujeme si problémy a navrhujeme jejich možná řešení.

**Pavla Minaříková** je studentkou Kabinetu informačních studií a knihovnictví MU a absolventkou Semináře estetiky. Několik semestrů byla na praxi v [Knihovně Na Křížovatce](#), pobočce Knihovny Jiřího Mahena. Další praxi získala ve fakultní knihovně za (červeným) informačním pultem. Poslední rok se věnuje především projektu [Libdesign](#) a designu informačních služeb.

**Roman Novotný** absolvoval bakalářské studium v Kabinetu informačních studií a knihovnictví MU a momentálně zde studuje na magisterském stupni. Je výkonným redaktorem odborného časopisu [ProInflow](#) a současně redaktorem univerzitních novin [online.muni.cz](#). Je členem projektu [Libdesign](#) a věnuje se designu služeb pro knihovny a veřejný sektor.

#### **Místnost IV. (U4)**

**16:30–18:00**

#### **MARKETING VS. DRAMATURGIE / Jan Delong – Knihovna Třinec a Jan Kunze**

Představíme příklady dramaturgie v různých organizacích: knihovně, galerii a velké kulturní organizaci OKO. Pohled dramaturga literárních pořadů v Třinci a dramaturga multižánrové kulturní organizace v Opavě. A jak to chodí jinde? Na konec práce v debatních kruzích na téma jak dramaturgie souvisí s marketingem.

**Jan Kunze** je básník, textař, zpěvák, dramaturg a kurátor výstav výtvarného umění. Jeho čtenářsky úspěšná první sbírka *Hičhaikum* (2004) vyšla celkem ve třech vydáních. Druhou sbírku *Dekadent dezert* vydal v roce 2008 (v roce 2012 vyšla podruhé). Publikoval v časopisech *Host*, *Protimluv* a jeho tvorba je zastoupena v několika literárních antologiích. Je frontmanem rockových skupin *KOFE-IN* a *Munroe*. Podílí se na konceptuálním literárně-hudebním projektu *Abendland*. Od roku 2004 vystupuje s projektem, který spojuje básnický text s jevištní performancí a hudbou. Každé vystoupení je jedinečné, neboť jeho atmosféra je dotvářena hudební i recitační improvizací.