

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA
CENTRALNA EKONOMSKA KNJIŽNICA

Jana Logar

**VLOGA ORGANIZACIJE KNJIŽNIČNIH DOGODKOV KOT PROMOCIJSKEGA
ORODJA VISOKOŠOLSKIH KNJIŽNIC: PRIMER CENTRALNE EKONOMSKE
KNJIŽNICE**

Pisna naloga za bibliotekarski izpit

Ljubljana, 2024

Ključna dokumentacijska informacija

Ime in PRIIMEK: Jana LOGAR

Naslov pisne naloge: Vloga organizacije knjižničnih dogodkov kot promocijskega orodja visokošolskih knjižnic: primer Centralne ekonomske knjižnice.

Kraj: Ljubljana

Leto: 2024

Št. strani: 33

Št. slik: 2

Št. preglednic: 2

Št. prilog: 3

Št. strani prilog: 3

Št. referenc: 27

Strokovno usposabljanje za bibliotekarski izpit je potekalo v: Centralni ekonomski knjižnici

Mentor v času strokovnega usposabljanja: Tomaž Ulčakar, Centralna ekonomska knjižnica

UDK: 027.7:394:339.138(043.2)

Ključne besede: marketing, prireditve, projektno vodenje, visokošolske knjižnice

Izvleček

V dobi preoblikovanja knjižnic iz ustanov, namenjenih prvenstveno pridobivanju, hranjenju, obdelavi in posredovanju tiskanega gradiva v centre, ki k svojim uporabnikom pristopajo proaktivno in se na njihove potrebe odzivajo s ponudbo najrazličnejših storitev, igrata trženje in promocija ključno vlogo. S pomočjo pregleda domače in tuje literature je analizirana vloga knjižničnih dogodkov kot promocijskega orodja visokošolskih knjižnic. Z obravnavo temeljnih trženjskih konceptov je najprej utemeljen vidik razumevanja organizacije dogodkov ne le kot produkta trženjske aktivnosti, temveč tudi kot možna trženjska pot in način trženjskega komuniciranja knjižnice. Izhodiščna teza je bila, da je lahko dobra organizacija dogodkov zagotovljena s celostnim pristopom po načelih projektnega managementa. V nalogi smo na podlagi študije primera Centralne ekonomske knjižnice Univerze v Ljubljani izvedli analizo izbranih knjižničnih dogodkov. Cilj raziskave, ki smo jo izvedli z uporabo metode polstrukturiranega intervjuja in kratke ankete, je bila podrobna analiza posameznih faz in delovanja projektnega tima pri organizaciji knjižničnih dogodkov v omenjeni knjižnici. Ugotovili smo, da bi z bolj doslednim upoštevanjem načel projektnega managementa in boljšim poznavanjem vseh segmentov pri organizaciji dogodka lahko izvedbo dogodkov še izboljšali. Na podlagi ugotovitev smo izdelali predlogo za organizacijo knjižničnih dogodkov, ki organizatorje vodi po posameznih fazah, upoštevajoč glavna načela projektnega managementa.

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	1
1.1	NAMEN IN CILJ RAZISKAVE	2
1.2	METODOLOGIJA IN METODE	2
1.3	RAZISKOVALNO OKOLJE	3
1.4	TEORETIČNA IZHODIŠČA	4
2	OPREDELITEV TRŽENJA IN TEMELJNIH TRŽENJSKIH KONCEPTOV.....	5
2.1	POMEN TRŽENJA IN PROMOCIJE V KNJIŽNICI	6
2.2	ORGANIZACIJA KNJIŽNIČNIH DOGODKOV KOT PROMOCIJSKEGA ORODJA.....	8
3	PROJEKTNI MANAGEMENT.....	9
3.1	ORGANIZACIJA KNJIŽNIČNIH DOGODKOV PO NAČELIH PROJEKTNEGA MANAGEMENTA	10
4	RAZISKAVA.....	12
4.1	OPREDELITEV RAZISKOVALNEGA PROBLEMA.....	12
4.2	METODA RAZISKOVANJA	13
4.3	RAZISKOVALNI VZOREC IN POSTOPEK RAZISKAVE	13
4.4	REZULTATI RAZISKAVE	14
4.4.1	Projekt EFbere.....	14
4.4.2	Razstava knjig s trajnostno vsebino	16
4.4.3	Razstava intervjujev iz spletne rubrike EF raziskave na temo trajnostnega razvoja.....	19
4.4.4	Mednarodni Erasmus+ izobraževalni teden zaposlenih	21
4.4.5	Razstave Galerije EF	23
4.4.6	Rezultati ankete o uporabnosti načel projektnega managementa pri organizaciji dogodkov.....	25
5	RAZPRAVA	27
6	UPORABA PREDLOGE ZA NAČRTOVANJE ORGANIZACIJE KNJIŽNIČNEGA DOGODKA.....	28
7	ZAKLJUČEK.....	30
8	NAVEDENI VIRI IN LITERATURA.....	31

KAZALO SLIK

Slika 1: Rezultati ankete o uporabnosti načel projektnega managementa pri organizaciji dogodkov ..	26
Slika 2: Primer organizacije dogodka IESW po načelih projektnega managementa	29

KAZALO PREGLEDNIC

Preglednica 1: Elementi »7 P« storitvenega trženjskega spleta	6
Preglednica 2: Faze in ključni procesi v projektnem managementu	9

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Vprašanja za izvedbo polstrukturiranega intervjuja	I
Priloga 2: Anketa.....	II
Priloga 3: Predloga za načrtovanje organizacije knjižničnega dogodka	III

ZAHVALA

Hvala Centralni ekonomski knjižnici, ki mi je omogočila strokovno usposabljanje in opravljanje strokovnega izpita.

Najlepše se zahvaljujem mentorju Tomažu Ulčakarju za usmerjanje, prenekatero strokovno nasveto, motivacijo in vse ideje pri pisanju strokovne naloge ter za vso pomoč v času strokovnega usposabljanja.

Iskrena hvala tudi vsem sodelavcem Centralne ekonomske knjižnice za podporo, deljenje znanja in izkušenj. Še posebej bi se rada zahvalila Klavdiji Besednjak, Maticu Bradaču, Dragani Bučič, Niki Čokl, Urbanu Golobu, Maji Krivec, Lidiji Mancini Bolka, Martini Petan, Juditi Peterlin ter Dunji Zlotrg za sodelovanje pri izvedenih intervjujih.

1 UVOD

V dobi preoblikovanja knjižnic iz ustanov namenjenih prvenstveno pridobivanju, hranjenju, obdelavi in posredovanju tiskanega gradiva v centre, ki k svojim uporabnikom pristopajo proaktivno in se na njihove potrebe odzivajo s ponudbo najrazličnejših storitev, igrata trženje in promocija ključno vlogo. Hitro spreminjajoča se družbena realnost in nagel tehnološki razvoj vplivata na (informacijske) potrebe uporabnikov, ki od visokošolskih knjižnic terjajo nenehno prilagajanje in širjenje ponudbe storitev, da lahko z njimi smiselno podpirajo raziskovanje in študijski proces. Trženje in promocija sta tako pomembna z vidika ozaveščanja uporabnikov o obstoju knjižnice in njenih storitev, oblikovanja njene pozitivne podobe v javnosti in vzdrževanja obojestranskega odnosa knjižnice z uporabniki.

Eno izmed možnih promocijskih orodij predstavlja organizacija različnih vrst dogodkov. Medtem ko je prireditvena dejavnost v slovenskih splošnih knjižnicah dobro razvita, ji v visokošolskih knjižnicah posvečamo zelo malo pozornosti. Dogodki omogočajo tvorno povezovanje z uporabniki in spodbujajo komunikacijo med različnimi deležniki akademske skupnosti. Poleg tega izvedba knjižničnih prireditev predstavlja način, kako pritegniti pozornost (potencialnih) uporabnikov in povečati ozaveščenost o že obstoječih storitvah ali dejavnostih knjižnice. V pisni nalogi smo dogodke obravnavali ne le kot trženjske produkte, temveč predvsem kot možno trženjsko pot in način tržnega komuniciranja visokošolske knjižnice.

Izhodiščna teza je bila, da lahko dobro organizacijo dogodkov zagotovimo s celostnim pristopom po načelih projektnega managementa. Pokazali smo, da lahko takšen pristop ustrezno prenesemo na področje organizacije dogodkov v visokošolskih knjižnicah in ga analizirali na primeru Centralne ekonomske knjižnice Univerze v Ljubljani (CEK). Izpostavili smo glavne elemente, faze in načela projektnega managementa ter jih vzporejali z že obstoječimi sklopi dogodkov, ki jih prireja knjižnica. Razčlenili smo jih na dogodke, ki promovirajo knjižnično zbirko, raziskovalne rezultate raziskovalcev, prepoznavnost, ugled in vrednote knjižnice ter njene matične institucije.

Izhodiščno tezo smo v raziskavi preverjali s polstrukturanimi intervjuji in anketo. Tako smo analizirali promocijske vidike in uporabnost načel porojektnega managementa pri organizaciji in izvedbi knjižničnih dogodkov. Z namenom izboljšanja in optimizacije procesov v

načrtovanju prihodnjih dogodkov smo na podlagi pridobljenih rezultatov izdelali predlogo za organizacijo knjižničnih dogodkov po načelih projektnega managementa.

1.1 NAMEN IN CILJ RAZISKAVE

V prvem delu pisne naloge smo se osredotočali na organizacijo dogodkov kot promocijskega orodja visokošolske knjižnice. S pomočjo pregleda temeljnih trženjskih konceptov smo utemeljili vidik razumevanja organizacije dogodkov ne le kot produkta trženjske aktivnosti, temveč tudi kot možno trženjsko pot in način trženjskega komuniciranja knjižnice.

V drugem delu smo pokazali, da pristop po načelih projektnega managementa omogoča dobro organizacijo dogodkov. Namen raziskave je bil prikazati, kako lahko takšen pristop ustrezno prenesemo na področje načrtovanja organizacije dogodkov v visokošolskih knjižnicah. Pristop smo analizirali na primeru CEK.

Ker so v organizacijo knjižničnih dogodkov vključeni predvsem zaposleni v knjižnici, smo s pregledom literature in z raziskovalnimi metodami raziskali njihove vloge, odgovornosti in izzive. Želeli smo preučiti, kako dobro poznajo načela projektnega managementa in v kolikšni meri se načela že odražajo pri organizaciji knjižničnih dogodkov. Cilj raziskave je bil izboljšati procese v načrtovanju, organizaciji in izvedbi prihodnjih dogodkov v CEK. Izsledki raziskave so opisani v tretjem delu naloge. Izdelali smo tudi predlogo za organizacijo dogodkov po načelih projektnega managementa, ki bo lahko v pomoč tudi drugim visokošolskim knjižnicam pri organizaciji dogodkov v lastnih okoljih.

1.2 METODOLOGIJA IN METODE

Raziskovalne podatke smo pridobili z uporabo kvalitativne metode analize študije primera ter kombinirane metode zbiranja podatkov z uporabo polstrukturiranega intervjuja skupaj z anketo. S pomočjo pregleda domače in tuje literature smo opisali in analizirali proces organizacije knjižničnih dogodkov s poudarkom na njihovi trženjski vlogi. Na osnovi rezultatov študije primera CEK smo prikazali možnost implementacije načel projektnega managementa pri organizaciji in izvedbi knjižničnih dogodkov. Dogodke smo razčlenili glede na njihov glavni namen z vidika promocije. Raziskavo smo v prvem delu opravili v obliki polstrukturiranih

intervjujev, pri čemer je bil vključitveni kriterij sodelovanje v organizaciji dogodka, v izvedbo katerega je bila vključena CEK. V drugem delu raziskave so intervjuvanci izražali svoje strinjanje s strukturiranim nizom trditev v anketi.

Ker ima pisna naloga velik poudarek na kvalitativni metodi, so rezultati raziskave predstavljeni v obliki utemeljitvene analize s poudarkom na analizi primera CEK. Podatki so predstavljeni opisno, razlagalno, v preglednicah in slikovno.

1.3 RAZISKOVALNO OKOLJE

Izvedba raziskave je potekala na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani (UL EF). Vse od leta 1946, ko je bila ustanovljena, do danes se UL EF lahko pohvali s statusom ene izmed najvplivnejših akademskih institucij doma in v širši regiji. S svojimi programi in kot institucija se uvršča na mednarodno najbolj priznane lestvice, v regiji pa je edina poslovna šola s trojno mednarodno akreditacijo poslovnih šol (EQUIS, AACSB in AMBA) (Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, b. d. a).

Del UL EF je tudi CEK, ki je osrednja slovenska znanstvena in visokošolska knjižnica za področje ekonomije in poslovnih ved (Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, b. d. b). Temeljno poslanstvo CEK je utrjevanje njene stalne in učinkovite podporne vloge v izobraževalni in raziskovalni dejavnosti matične fakultete z zagotavljanjem ažurnih, kakovostnih in dostopnih knjižničnih in informacijskih storitev.

Knjižnica zbira, obdeluje in posreduje raznovrstno gradivo in informacijske vire svojim uporabnikom za namen študija in raziskovalnega dela. Knjižnična zbirka CEK obsega skoraj četrto milijono fizičnih enot gradiva ter bogat nabor elektronskih virov, predvsem specializiranih zbirk s področja finančnih in drugih poslovnih podatkov. Zlasti za študente nudi knjižnica različna izobraževanja za uspešno uporabo virov. Zaposlenim pedagogom in raziskovalcem na fakulteti nudi različno podporo pri pedagoškem in raziskovalnem delu; od priprave ustrezne literature do podpore pri publiciranju v odprtem dostopu in diseminaciji dosežkov. Poleg osnovnih storitev zagotavlja uporabnikom tudi sodobne prostore, namenjene študiju in druženju, z organizacijo različnih dogodkov pa bogati svojo ponudbo in spodbuja kulturo kritičnega mišljenja ter izmenjavo strokovnih pogledov.

1.4 TEORETIČNA IZHODIŠČA

Teoretična izhodišča za zasnovo in izvedbo raziskave smo pridobili s pregledom domače in tuje literature o pomenu trženja in promocije. Eno izmed možnih tržnih poti in promocije visokošolske knjižnice, ki nam lahko pomaga pri izboljšanju ugleda in prepoznavnosti knjižnice ter njenih storitev, predstavljajo knjižnični dogodki (Flaherty, 2021; Kennedy, 2011). Za uspešno izvedbo knjižničnih dogodkov je potreben sistematičen in celosten pristop že v fazi načrtovanja in organizacije posameznega dogodka, ki ga lahko zagotovimo z upoštevanjem temeljnih načel projektnega managementa.

Različni avtorji izpostavljajo vrsto primerov dobre prakse pri organizaciji knjižničnih dogodkov v akademskem prostoru: organizacija dogodka za spodbujanje informacijske pismenosti v knjižnici Tompkins-McCaw University Library (Flaherty, 2021, str. 47–49), organizacija volilnega dogodka v knjižnici American University Library (Flaherty, 2021, str. 54–58), uporaba igrifikacije v okviru dogodka za promocijo informacijske zbirke PubMed v knjižnici Health Sciences Library System pod okriljem Univerze v Pittsburghu (Gordon in Higginbottom, 2016, str. 112–114), primer organizacije razstave ob Kajuhovem letu, ki je bila na ogled v Razstavni dvorani Narodne in univerzitetne knjižnice (Mahorčič, 2024).

Pomemben element za zagotavljanje uspešnega vodenja in izvedbe organizacije knjižničnih dogodkov predstavlja dobra sestava in transparentno upravljanje projektnega tima (sodelujoči pri organizaciji knjižničnega dogodka) z jasno razdeljenimi vlogami, nalogami in odgovornostmi. Ker so v organizacijo dogodkov, ki smo jih analizirali, vključeni predvsem zaposleni v CEK, sta nam pregled strokovne literature in raziskava na to temo služila za teoretično osnovo pri raziskavi njihovih novih vlog, odgovornosti in izzivov.

Za razliko od Strokovnih priporočil in standardov za splošne knjižnice, kjer je prireditvena dejavnost vsebinsko zajeta v več poglavjih (Strokovna priporočila in standardi ..., 2019), je ta v Strokovnih standardih in priporočilih za visokošolske knjižnice omenjena zgolj posredno, v poglavju o knjižničnih prostorih in opreми. Dokument v tem poglavju poudarja, da naj visokošolska knjižnica zagotavlja javne prostore, ki krepijo pripadnost akademski in lokalni skupnosti ter spodbujajo razvoj skupnostne znanosti, z organizacijo različnih dogodkov v teh prostorih pa omogoča izmenjavo idej, sodelovanje in uresničevanje skupnih ciljev (Strokovni

standardi in priporočila ..., 2021). Tudi pregled spletnih strani splošnih knjižnic v Sloveniji nam pove, da je prireditvena dejavnost v tej vrsti knjižnic zelo dobro razvita, in da število organiziranih dogodkov iz leto v leto narašča (Pisanski in Švab, 2021, str. 65), medtem ko je situacija v visokošolskih knjižnicah drugačna, saj se organizaciji dogodkov posveča bistveno manj pozornosti. Morda je tudi v tem razlog, da o organizaciji dogodkov kot promocijskega orodja na področju slovenskih visokošolskih knjižnic ni veliko objavljene literature.

2 OPREDELITEV TRŽENJA IN TEMELJNIH TRŽENJSKIH KONCEPTOV

Kotler (1996, str. 19) opredeli trženje kot funkcijo v podjetju, katere naloga je prepoznati ciljne kupce in trge ter predlagati strategijo, kako kar najbolje, konkurenčno ter dobičkonosno zadovoljiti njihove potrebe in želje. Trženje utemelji na štirih glavnih elementih: ciljni trg, potrebe kupca, usklajeno trženje in dobičkonosnost. Ciljni trg je podmnožica celotnega trga, ki ga s svojim izdelkom ali storitvijo naslavljamo. Potrebe kupcev oziroma ključnih uporabnikov lahko razdelimo v pet kategorij: izražene potrebe, resnične potrebe, neizražene potrebe, potrebe po razveselitvi in skrivne potrebe. Če se odzovemo le na tiste potrebe uporabnikov, ki jih ti eksplicitno izrazijo, jih lahko s tem prikrajšamo, zato je ključno, da pri trženju upoštevamo vse kategorije potreb. Usklajeno trženje vključuje različne trženjske funkcije (prodaja, promocija, tržne raziskave...), ki morajo biti med seboj usklajene, poleg tega pa mora biti trženje dobro usklajeno tudi z drugimi oddelki v organizaciji. Namen trženja je, da pomaga organizacijam doseči svoje cilje – v primeru privatnih podjetij gre za dobiček (Kotler, 1996 str. 20–24), pri nepridobitnih organizacijah, kakršne so tudi knjižnice, pa so cilji vezani na uresničevanje njihovega temeljnega poslanstva.

Avtorja Snoj in Gabrijan (2015, str. 57–59) trženje¹ opredelita kot usklajen in ciljno usmerjen preplet aktivnosti organizacije, ki sestoji iz ustvarjanja trženjskih informacij o izdelkih, ustvarjanja koristi zase in za ciljne skupine (z razvojem izdelkov), trženjskega komuniciranja o izdelkih in njihovega dostavljanja ciljnim skupinam po različnih tržnih poteh. Če strnemo, trženje podpira doseganje organizacijskih ciljev, saj se osredotoča na prepoznavanje in zadovoljevanje potreb strank, zato lahko pomembno prispeva tudi k doseganju ciljev nepridobitnih organizacij, kot so knjižnice (Garoufallou idr., 2013, str. 312).

¹ Avtorja sicer namesto izraza trženje uporabljata izraz marketing.

Skupek trženjskih elementov, ki jih podjetje ali organizacija uporablja, da doseže svoje cilje na ciljnim trgu, imenujemo trženjski splet. Skupek teh elementov storitvenega trženjskega spleta lahko predstavimo s t. i. modelom 7 P-jev trženja, ki vključuje naslednje spremenljivke: izdelek (*product*), ceno (*price*), tržne poti (*placement*), trženjsko komuniciranje (*promotion*), ljudi oz. udeležence (*people* / *participants*), postopke (*processes*) in fizične dokaze (*physical evidence*) (Konečnik Ruzzier, 2018, str. 11). Podroben opis posameznih elementov oziroma spremenljivk trženjskega spleta smo opisali vzporedno z njihovim apliciranjem na področje visokošolskih knjižnic (Preglednica 1).

2.1 POMEN TRŽENJA IN PROMOCIJE V KNJIŽNICI

Trženje bi lahko opredelili kot načrtovan pristop k prepoznavanju obstoja in pridobivanju podpore uporabnikov ter razvoj ustreznih storitev na način, ki uporabnikom koristi ter podpira cilje in naloge knjižnic in njihovih matičnih institucij. V kontekstu visokošolske knjižnice namen trženja lahko razširimo tudi na učinek pri njenih dejavnostih v tekmi za finančna sredstva pri podpori študijskemu procesu in raziskovalnemu delu. Trženje namreč lahko poveča ozaveščenost in uporabo knjižničnih virov in storitev med ciljnim skupinami uporabnikov, študentom, matičnemu zavodu in vodstvu pa predstavi jasno in dosledno podobo o tem, kaj knjižnica akademski skupnosti ponuja, na podlagi česar lahko slednje tudi potrdi njeno nadaljnje financiranje (Smith, 2011, str. 333). Z aplikacijo trženjskih strategij organizacije uspešneje določajo svoje ciljne trge, izboljšujejo vsebino in domet obvestil, pripravljajo promocijo in se bolje odzivajo na potrebe in želje študentov, raziskovalcev in drugih uporabnikov knjižnice (Kotler, 1996, str. 31).

V nadaljevanju bomo pokazali (Preglednica 1), kako so vsi ti elementi razdelani v modelu trženja »7 P« (Ulčakar, 2022, str. 114), in kako se model lahko prenese v kontekst visokošolskega knjižničnega okolja. Model je uporaben, ker trženje storitev razdela na posamezne segmente, s pregledom katerih bomo tudi organizacijo knjižničnih dogodkov lažje umestili v celoto trženjskega spleta.

Preglednica 1: Elementi »7 P« storitvenega trženjskega spleta

Trženjski element	Opis*	Visokošolsko knjižnično okolje*
Izdelek ali storitev	Je osrednji element, bistvo aktivnosti, ki jo tržimo na podlagi predhodno	Izdelki, viri in storitve za pomoč uporabnikom knjižnice, kot so npr.:

(<i>Product</i>)	zaznanih potreb ali želja na ciljnem trgu. Vsi drugi elementi trženjskega spleta so oblikovani okoli izdelka, da bi povečali njegovo tržno uspešnost in privlačnost za uporabnike. Dober izdelek predstavlja za stranko vrednost.	referenčne storitve, izposoja gradiv, dostop do podatkovnih zbirk in e-virov, izobraževanja, vodenje osebnih bibliografij, bibliometrične analize, e-vsebine knjižnice, dostop do čitalniških mest in prostorov.
Cena (<i>Price</i>)	Strošek, ki ga kupec plača za izdelek. Edina prvina trženjskega spleta, ki prinaša prihodek in hkrati najbolj prožen element, saj ga lahko hitro spreminjamo. Cena izdelka sporoča njegovo vrednost.	Tako denarni kot tudi nedenarni stroški, kot so članarine, zamudnine, kotizacije in ostala plačila, kot tudi čas in angažma, ki ga uporabnik porabi za iskanje določenih informacij.
Tržne poti (<i>Placement</i>)	Način, kako izdelek ali storitev dostavimo do odjemalcev oziroma uporabnikov. Nanaša se na to, kako, kje, kdaj ter v kakšni razsežnosti se izdelek distribuira in se ga ponuja uporabnikom.	Kje in na kakšen način so knjižnične storitve uporabnikom na voljo; kako lahko do njih dostopajo ali jih uporabljajo (na oddelku izposoje, v knjižničnih prostorih, preko spletne strani knjižnice, ali po e-pošti).
Tržno komuniciranje (<i>Promotion</i>)	Zajema strategije in metode, ki se uporabljajo za obveščanje ciljnih javnosti o prednostih in razpoložljivosti izdelka. Vključuje: oglaševanje, pospeševanje prodaje, odnose z javnostmi, osebno prodajo, neposredno trženje, trženje od ust do ust in interaktivno trženje.	Metode, orodja in načini, kako knjižnica promovira svoje storitve ter oblikuje sporočila za ciljno publiko. Knjižnična promocija vključuje osebno komunikacijo, odnose z javnostmi, oglaševanje na spletu in družbenih omrežjih, dogodke in orodja, kot so letaki, plakati, glasila, kazalke ipd.
Ljudje oz. udeleženci (<i>People / Participants</i>)	Osebe, ki igra vlogo pri prodaji izdelka oziroma vsi sodelujoči pri izvajanju storitve. Usposobljeno, motivirano in k strankam usmerjeno osebje lahko poveča zadovoljstvo strank in spodbuja zvestobo blagovni znamki.	Bibliotekarji, knjižničarji in drugo osebje, vpleteno v izvajanje knjižničnih storitev. Način in strokovnost komunikacije učinkuje na kakovost storitev in ustvarja pozitivne ali negativne vtise o knjižnici.
Postopki (<i>Process</i>)	Mehanizmi in delovni procesi, skupaj z napisanimi pravili ali standardi za izvajanje storitev, ki zagotavljajo izdelek ali storitev strankam.	Učinkovitost in uspešnost vseh postopkov pri izvajanju knjižničnih storitev pri zadovoljevanju potreb in želja uporabnikov.
Fizično okolje ali fizični dokazi (<i>Physical evidence</i>)	Otipljivi vidiki, ki jih stranke lahko izkusijo pri interakciji s storitvijo. To vključuje fizično okolje, embalažo in druge vizualne elemente, ki strankam pomagajo oceniti kakovost storitve.	Vtisi, ki jih ustvarja fizično ali virtualno okolje, v katerem se knjižnične storitve odvijajo. Odvisni so od določenih lastnosti okolja, kot so čistost in urejenost prostorov, arhitekturna dovršenost, preglednost spletne strani, klimatizacija, osvetlitev, tehnološka oprema, ipd.

*Opisi so povzeti po: izdelek (Kotler in Lee, 2008, str. 46–48), cena (Kotler, 1996, str. 488), tržne poti (Konečnik Ruzzier, 2018, str. 186–188), tržno komuniciranje (Kotler, 1996, str. 597), ljudje, postopki in fizično okolje (Ivy, 2008, str. 290–291). Opisi trženjskih elementov aplicirani na prostor visokošolskih knjižnic so prilagojeni po Garoufallou idr. (2013, str. 321–322).

Čeprav bi vsak posamezen dogodek, ki se odvija v organizaciji visokošolske knjižnice, z vidika trženjskega modela »7 P« lahko obravnavali kot osrednji element trženjskega spleta, torej kot trženjski izdelek, bomo knjižnične dogodke v nadaljevanju pojmovali predvsem z vidika možne

trženjske poti in načina tržnega komuniciranja visokošolske knjižnice. Osnovno poslanstvo CEK je, da s svojimi informacijskimi viri in drugimi storitvami zagotavlja stalno podporo izobraževalnemu procesu, nudi dodatne informacije študentom in pedagogom, zagotavlja temelje za raziskovalno delo raziskovalcem ter sledi uresničevanju poslanstva in ciljev matičnega visokošolskega zavoda. S tega vidika bomo tudi knjižnične dogodke obravnavali ne le kot izdelek ali storitev knjižnice, ki je že sama sebi namen, temveč predvsem kot nov pristop, kot možno novo pot in način komuniciranja, po kateri lahko do (potencialnih) uporabnikov knjižnice sploh pridemo. Ker je bistvo trženja v knjižnicah v njegovem dosegu, v ozaveščanju ljudi o tem, kaj jim nudimo, v jeziku, ki ga ljudje dobro razumejo (Gordon in Higginbottom, 2016, str. 15), bomo tudi organizacijo knjižničnih dogodkov pojmovali predvsem kot način, kako lahko visokošolska knjižnica promovira svoje temeljne storitve in svoje osnovno poslanstvo. Še tako odlični, zanimivi, tudi dragi in za uporabnike koristni viri in storitve, ki jim jih knjižnica nudi, so namreč brez pomena, če uporabniki zanje ne vedo.

Organizacijo knjižničnih dogodkov v CEK smo zato razdelili v štiri skupine, in sicer glede na vidik, ki ga promovirajo: knjižnično zbirko, raziskovalne rezultate raziskovalcev, prepoznavnost in ugled knjižnice, ter širše vrednote knjižnice in njene matične institucije.

2.2 ORGANIZACIJA KNJIŽNIČNIH DOGODKOV KOT PROMOCIJSKEGA ORODJA

Podjetja prirejajo dogodke za doseganje trženjskih in poslovnih ciljev, kjer dogodki tudi predstavljajo eno od temeljnih orodij za odnose z javnostmi. Tudi knjižnice vseh vrst nenehno širijo nabor storitev z namenom agilnega prilagajanja potrebam raznolikih segmentov uporabnikov. Pomemben del tega procesa je tudi prirejanje različnih dogodkov, ki služijo promociji knjižničnih storitev in pridobivanju novih članov, poleg tega pa dolgoročno vplivajo na finančno podporo knjižnici in zadovoljstvo zaposlenih (Flaherty, 2021 str. ix). Organizacija različnih dogodkov tudi zaposlenim v knjižnici ponuja nova področja za razvoj veščin, vključno z načrtovanjem dogodkov, pripravo razstav, načrtovanjem sodelovanja in komunikacije med oddelki ustanove ter krepitvijo vezi med posameznimi člani fakultete in uporabniki knjižnice (Gomes idr., 2011, str. 174).

O dogodkih, ki jih prirejajo, lahko knjižnice javnost obveščajo na več načinov, pri čemer je potrebno upoštevati dejstvo, da mora biti vse izpeljano strokovno (Nagode, 2003, str. 141).

Organizacija knjižničnih dogodkov in način njihove izpeljave zahtevata natančen management in trženje, pri čemer morata biti obe aktivnosti vnaprej dobro načrtovani in tudi dobro usklajeni (Konečnik Ruzzier, 2018, str. 125).

V nadaljevanju bomo pokazali, kako lahko takšen pristop ustrezno prenesemo na področje organizacije dogodkov v visokošolskih knjižnicah in ga podrobneje analizirali na primeru Centralne ekonomske knjižnice.

3 PROJEKTI MANAGEMENT

Projektni management je ciljno usmerjen, dinamičen proces, ki vključuje obvladovanje časa, stroškov, kakovosti, ljudi in drugih prvin z namenom učinkovite izvedbe projekta – v predvidenem času, okviru predvidenih stroškov, ob ustrezni kakovosti izvedbe in končnega proizvoda (Stare, 2011, str. 40). Avtorji pogosto navajajo pet glavnih faz vodenja projekta: snovanje, načrtovanje, izvedba, upravljanje (nadzor) in ocenjevanje (vrednotenje). Procese in aktivnosti, ki se odvijajo znotraj posameznih faz, smo razčlenili in predstavili v Preglednici 2, v naslednjih poglavjih pa jih obravnavamo s poudarkom na organizaciji dogodkov v visokošolski knjižnici.

Preglednica 2: Faze in ključni procesi v projektnem managementu

Faze	Ključni procesi*
Snovanje	▪ vizija in definiranje projekta ▪ preverba smiselnosti in zmožnosti izvedbe ▪ določitev namena, ciljev in obsega projekta ▪ postavitve okvirne časovnice projekta ▪ opredelitev ciljne skupine
Načrtovanje	▪ razgradnja projekta s postavitvijo terminskega načrta aktivnosti in mejnikov ▪ sestava projektnega tima z določitvijo vlog in odgovornosti ▪ določitev komunikacijskih poti in orodij ▪ načrt obvladovanja tveganj ▪ načrtovanje proračuna in stroškov ▪ načrtovanje virov (resursov) in oskrbe ▪ določitev zunanjih deležnikov (potencialnih ponudnikov) ▪ postavitve meril zagotavljanja kakovosti
Izvajanje	▪ izvajanje aktivnosti v skladu s časovnico ▪ usklajevanje in prerazporejanje vlog in odgovornosti ▪ komunikacija in obveščanje deležnikov ▪ upravljanje s tveganji in prilagajanje izzivom ▪ sklicevanje rednih sestankov, pisanje poročil ▪ sledenje začrtanemu proračunu in popis stroškov ▪ sledenje merilom kakovosti ▪ realizacija načrta oskrbe

Upravljanje	▪ popravki načrta glede na stanje izvedbe
	▪ spremljanje učinkovitosti članov tima, razporejanje vlog in nalog
	▪ ugotavljanje pravočasnosti, ukrepanje ob zamudah
	▪ pregled poročil, zapisnikov sestankov
	▪ spremljanje porabe
	▪ nadzorovanje izvedbe v skladu z merili kakovosti
	▪ sledenje dobavnim rokom
Ocenjevanje	▪ popravki načrta in izvedbe glede stanje projekta
	▪ zbiranje in analiza povratnih informacij s strani naročnikov in uporabnikov
	▪ ocena uspešnosti projekta glede na zastavljene cilje, namen in obseg
	▪ ocena skladnosti izvedbe s terminskim načrtom
	▪ ocena stroškov
	▪ ocena kakovosti glede na postavljena merila
	▪ ocena dobaviteljev in zunanjih deležnikov

*Ključni procesi so prirejeni po: Allan (2017, str. 32–33) in Heagney (2022, str. 16–22).

3.1 ORGANIZACIJA KNJIŽNIČNIH DOGODKOV PO NAČELIH PROJEKTNEGA MANAGEMENTA

Winston in Hoffman (2005, str. 60–61) izpostavljata, da čeprav se zaposleni v knjižnicah redko formalno izobražujejo na področju projektne managementa, je poznavanje njegovih temeljnih načel in faz koristno ter jih je priporočljivo uporabljati kot vodilo za zagotavljanje učinkovite izvedbe najrazličnejših knjižničnih projektov. Zaposleni v knjižnicah namreč pogosto sodelujejo v projektih, ki so nujni za delovanje knjižnice. Lahko gre za renovacije, uvajanje novih tehnologij, procesov, ali za organizacijo dogodkov in različnih promocijskih dejavnosti. V tem kontekstu je poznavanje načel projektne managementa nepogrešljivo orodje, s katerim bodo projekti, ne glede na njihov obseg in kompleksnost, verjetno potekali enostavneje, hitreje in ostali znotraj predvidenega proračuna (Guimaraes idr. 2021).

V prvi fazi snovanja preverimo smiselnost in zmožnost izvedbe ter definiramo poslanstvo, namen in obseg projekta. Pripravimo grob predlog projekta. V primeru organizacije knjižničnega dogodka v fazi snovanja opredelimo njegov glavni namen (promocija knjižnice, odziv na potrebe akademske skupnosti, pritegovalanje novih ciljnih publik...) ter ocenimo, kako se namen organizacije dogodka sklada s poslanstvom knjižnice in njene matične institucije. Nato razjasnimo, kaj točno dogodek promovira, kdo je ciljna publika, določimo njegov časovni obseg ter opredelimo potencialne zunanje deležnike (Flaherty, 2021, str. 16). Tako na primer Kennedy (2011, str. 262) poudarja, da je eden izmed prvih korakov pri organizaciji knjižničnega dogodka jasna izbira teme, ki bo v nadaljnjem načrtovanju poenotila tudi oglaševanje dogodka.

V fazi načrtovanja projekta izdelamo terminski načrt vseh aktivnosti in mejnikov projekta, določimo vloge in odgovornosti članov projektnega tima. Ocenimo stroške, izdelamo načrt porabe finančnih sredstev, pripravimo načrt obvladovanja tveganj in, po potrebi, načrt oskrbe, kontrole, zagotavljanja kakovosti ter obvladovanja projektne dokumentacije (Stare, 2011, str. 108). Kot poudarja Heagney (2022, str. 42), so za fazo načrtovanja značilne pogoste iteracije, saj posamezne spremembe praviloma sprožijo vrsto potrebnih popravkov načrta. Sprememba končnega datuma projekta, na primer, učinkuje na načrt oskrbe in razpored stroškov. Pri načrtovanju knjižničnih dogodkov je potrebno upoštevati posebnost delovanja visokošolskih knjižnic in njihove vpetosti v širše akademsko okolje, kot tudi strateški načrt matične institucije (internacionalizacija in mednarodno povezovanje, sledenje ključnim vrednotam in spodbujanje interdisciplinarnosti in multidisciplinarnosti na področju znanosti in umetnosti, ipd.).

V izvedbeni fazi se idejne zasnove začnejo materializirati, projektni tim vodi in izvaja zadane aktivnosti ter skrbi za pravočasno uresničevanje načrtanih ciljev in nalog. Ključno za uspešno izvedbo projekta je učinkovito vodenje projekta, jasna delitev vlog in sprotno prilagajanje zmoglostim posameznikov v timu, spreminjajočim se zunanjim dejavnikom ter časovnim, finančnim in ostalim omejitvam. Med izvedbo projekta se člani tima med seboj nenehno usklajujejo in komunicirajo, vodja pa skrbi za usmerjanje tima, s čimer zagotovi pravočasno in kakovostno izvedbo nalog. V fazi izvedbe pogosto pride do ponovnih analiz in prilagoditev procesov v načrtovalni fazi projekta. Pri izvedbi visokošolskih knjižničnih dogodkov je ključna učinkovita promocija, ki lahko poteka po različnih univerzitetnih, fakultetnih in knjižničnih kanalih (spletne strani, družbena omrežja, mediji, novičniki), z direktno komunikacijo in različnimi promocijskimi gradivi. Polger in Okamoto (2013, str. 237) v tem kontekstu izpostavljata pomembnost promocije v smislu zagovorniške vloge visokošolske knjižnice, saj promocija posameznega dogodka, virov ali knjižnične storitve lahko pripomore k prepoznavnosti knjižnice nasploh in krepi njeno pozitivno podobo v javnosti.

V fazi upravljanja aktivno pridobivamo informacije o poteku projekta in pravočasnosti izvedbe nalog. Ob tem se posvečamo tudi iskanju ustreznih rešitev v primeru zamud, rešujemo izzive in se prilagajamo nepričakovanim situacijam. Nadzor projekta vključuje tudi kontrolo stroškov in kakovosti izvedbe, obveščanje o poteku projekta (redni sestanki, poročila, neformalna komunikacija) ter stalno pozornost tima na morebitna tveganja. Po potrebi v tej fazi ponovno analiziramo in prerazporejamo obseg in vsebino delovnih obveznosti, spremenimo terminski

načrt ter ocenimo stroške in sredstva, ki so potrebna za izvedbo. Za akademsko okolje visokošolskih knjižnic je še posebej značilna izrazita potreba po usklajevanju rednih delovnih aktivnosti s projektnim delom ter nujnost upoštevanja vpetosti v širšo organizacijsko strukturo matične institucije.

V zaključni fazi sledi ocena uspešnosti projekta, kjer primerjamo zastavljen načrt z dejansko izvedbo vseh segmentov projekta (roki, stroški, kakovost izvedbe in skladnost z osrednjim namenom projekta). Izpostavimo dobre prakse in z analizo odstopanj ugotavljamo razloge, vire ter obseg neustrezne izvedbe. Na podlagi pridobljenih izkušenj nato oblikujemo predloge izboljšav za prihodnje projekte (Stare, 2011, str. 274). Zaradi nepridobitne narave visokošolskih knjižnic, kjer finančne omejitve sicer določajo obseg dogodkov, dobiček ne predstavlja temeljnega cilja vrednotenja uspešnosti projekta oziroma dogodka. To v mnogih primerih otežuje enostavno oceno uspešnosti izvedbe, ker so kazalniki uspešnosti kvalitativne in pogosto manj oprijemljive narave.

4 RAZISKAVA

4.1 OPREDELITEV RAZISKOVALNEGA PROBLEMA

Cilj raziskave je bila podrobna analiza vloge projektne tima pri organizaciji knjižničnih dogodkov v CEK, z upoštevanjem osebnih percepcij posameznih članov. V ta namen smo želeli pridobiti informacije o njihovih izkušnjah, osebnih pogledih in percepcijah o določenih vidikih organizacije dogodka, pri katerem so sodelovali. Skušali smo opredeliti pomanjkljivosti v organizaciji že izvedenih dogodkov ter poiskati priložnosti za izboljšave s pristopom po načelih projektne managementa.

Osrednji del raziskovalnega problema je bila analiza posameznih procesov pri organizaciji knjižničnih dogodkov. Na podlagi analize smo izpostavili vrsto področij, pri katerih bi z uporabo temeljnih načel projektne managementa lahko optimizirali procese in izvedbo posameznih vidikov organizacije dogodkov. Z raziskavo smo prav tako želeli preučiti, kako dobro sodelujoči poznajo načela projektne managementa, in v kolikšni meri se ti že odražajo v organizaciji knjižničnih dogodkov.

4.2 METODA RAZISKOVANJA

Raziskovalne podatke smo pridobili s kvalitativno metodo polstrukturiranih intervjujev in anketo s člani ekip, ki so bili vključeni v organizacijo dogodkov, pri katerih je sodelovala CEK. Intervju je vključeval 16 okvirnih vprašanj, ki smo jih tekom intervjuja smiselno razširjali glede na potek pogovora. Anketa je vsebovala deset trditev in je bila enotna za vse intervjuvance. Svoja stališča (od popolnega strinjanja do popolnega nestrinjanja) so intervjuvanci podali v obliki 5-stopenjske Likertove lestvice, ki je najbolj uporabljena metoda za zbiranje kvantitativnih podatkov o stališčih, prepričanjih in mnenjih ljudi. Trditve so odražale temeljna načela projektnega managementa.

Metodo intervjuja smo uporabili z namenom, da bi pridobili vpogled v potek posameznih procesov pri organizaciji dogodkov z vidika specifične vloge, osebnih izkušenj in videnja intervjuvanca. Zaradi aktivne vključenosti raziskovalke ter njenega poznavanja problematike in posameznih segmentov pri organizaciji vseh dogodkov, ki jih v pisni nalogi obravnavamo, je bila metoda polstrukturiranega intervjuja kot oblike poglobljenega intervjuja najprimernejša izbira. Kot poudarja Banjac (2020, str. 70–72), je izhodiščna ideja razumevanja te metode v tem, da vrednost, ki jo z intervjujem iščemo, ni dana v naprej, temveč se ta prek pogovora šele ustvarja; raziskovalec je tisti, ki pri oblikovanju vprašanj sledi specifični temi ter cilju, zaradi katerega intervju izvaja, in ob tem intervjuvanca vodi do novih uvidov, interpretacij in artikulacij pomenov. To raziskovalca postavlja v pozicijo aktivnega soustvarjalca korpusa podatkov, primernih za analizo in interpretacijo raziskovalnega problema. Polstrukturiran vprašalnik je bil uporabljen tudi zato, da smo po eni strani lahko zagotovili relativno primerljivost med intervjuji, hkrati pa omogočili prilagodljivost morebitnim specifičnim pogledom posameznih intervjuvancev.

4.3 RAZISKOVALNI VZOREC IN POSTOPEK RAZISKAVE

K sodelovanju pri izvedbi intervjujev smo povabili 10 zaposlenih na UL EF; povabilu so se odzvali vsi. Vključitveni kriterij je bilo sodelovanje v organizaciji dogodkov, ki so bili izvedeni s strani ali v sodelovanju s CEK, pri čemer smo se osredotočali predvsem na dogodke, ki smo jih v preteklem letu dni v CEK zasnovali na novo, jih korenito predrugačili ali izvedli prvič. Izbrani dogodki so promovirali knjižnično zbirko, raziskovalne rezultate raziskovalcev, širšo

prepoznavnost in ugled knjižnice znotraj stroke ali širše vrednote knjižnice in njene matične institucije. V raziskavo smo tako vključili: soorganizatorko projekta EFbere, sodelujočo v dogodku razstave knjig s trajnostno vsebino iz knjižnične zbirke CEK, sodelujočega v dogodku razstave izbranih intervjujev iz EF raziskav, šest članov organizacijskega odbora dogodka *International Erasmus+ Staff Week Beyond Books: Shaping Academic Libraries for the Future* (IESW) ter soorganizatorko razstav v Galeriji ekonomske fakultete.

Polstrukturirane intervjuje smo izvedli v času od julija do septembra 2024. Intervjuji so trajali med 30 in 45 minut, vsi so bili izvedeni osebno. Vsem intervjuvancem je bil vnaprej predstavljen namen raziskave ter način in obseg uporabe podatkov. Intervjuje smo s privoljenjem zvočno snemali, jih kasneje prepisali, nato dobljene podatke povzeli, jih v skrženi obliki sistematizirali in jih umestili v vsebinske sklope – tematsko mrežo. Dobljene rezultate smo na koncu ovrednotili in jih pri tem vzporejali z načeli in fazami projektnega managementa. Neposredno po izvedbi intervjuja so intervjuvanci samostojno izpolnili še anketo v fizični obliki.

4.4 REZULTATI RAZISKAVE

Povzetke intervjujev smo razčlenili po posameznih sklopih vprašanj, ki se vsebinsko navezujejo na glavne faze projektnega managementa. Ti sklopi so: opredelitev dogodka in vlog, načrtovanje in priprava dogodka, izvedba in upravljanje dogodka ter ocenjevanje dogodka. Vsak posamezen dogodek smo v uvodu kratko opisali, zatem pa smo po tematskih sklopih povzeli odgovore intervjuvancev. V primeru dogodka IESW, kjer je bilo intervjuvancev več, smo njihove odgovore združili v skupen povzetek. Rezultati ankete o uporabnosti načel projektnega managementa pri organizaciji dogodkov sledijo povzetkom intervjujev in so predstavljeni opisno ter slikovno v poglavju 4.4.6.

4.4.1 Projekt EFbere

EFbere je projekt, katerega glavni namen je spodbujanje branja v akademski skupnosti Univerze v Ljubljani ter promocija bralne kulture nasploh s poudarkom na trajnostni tematiki. V tej luči je zelo pomemben namen projekta tudi promocija knjižnične zbirke CEK, saj so izbrane knjige (bodisi v fizični bodisi v elektronski obliki) in trajnostna tematika že vključene

v omenjeno zbirko. V študijskem letu 2023/2024 je bil projekt EFbere v takšni obliki organiziran prvič, vendar je bil zasnovan po vzoru dejavnosti Ekobralne značke EF. V začetku študijskega leta je bil narejen izbor petih knjig, sledilo je oblikovanje in postavitve spletne strani ter promocija projekta. Aprila 2024 je bil v okviru projekta organiziran tudi poseben dogodek »Po poti nepozabnih« z namenom predstavitve ene izmed izbranih knjig. Ta se je odvijal v organizaciji CEK in udeležence vodil po pomembnih institucijah, ki so jih zaznamovale ženske iz izbrane knjige.

Opredelitev dogodka in vlog

Intervjuvanka je jasno opredelila glavni namen (promocija branja in bralne kulture nasploh, promocija knjižnične zbirke CEK ter predstavitev ene izmed izbranih knjig), cilje (pritegniti čim večjo publiko k branju, povečati število izposoj, organizirati zanimiv dogodek, ki bi odprl širšo razpravo) in ciljno publiko dogodka (primarno študenti z matične institucije, deloma tudi širša akademska skupnost Univerze v Ljubljani). Poleg tega je poudarila tudi dodatne učinke projekta EFbere znotraj študijskega procesa. Izpostavila je svojo vlogo promotorke projekta znotraj študijskega procesa, kjer izvaja pedagoško delo, ter vlogo, ki jo je imela pri oblikovanju programa projekta in programa dogodka, ki se je odvijal v okviru projekta.

Načrtovanje in priprava dogodka

Pripravo dogodka je intervjuvanka opisala kot zelo sistematično in strukturirano načrtano v vseh segmentih načrtovanja (od načrtovanja promocije dogodka, razdelitve vlog, postavitve terminskega načrta, do določitve zunanjih partnerjev). Organizacijska ekipa se je pri izvedbi neprestano prilagajala novim situacijam in nepredvidenim okoliščinam. Sledenje časovnim okvirom so po njenem mnenju zagotavljali predvsem z dobro in sprotno komunikacijo znotraj ekipe. Glavni izziv med pripravo in načrtovanjem dogodka je predstavljala določitev termina izvedbe dogodka, ki bi bila ustrezna za vse potencialne udeležence, organizatorje ter ostale deležnike. Zaradi omejenih finančnih sredstev so projekt in dogodek v okviru projekta organizirali pretežno na prostovoljni bazi, kar je bilo jasno opredeljeno že v začetku faze načrtovanja. Intervjuvanka je izpostavila zamujene priložnosti pri promociji dogodka, predvsem z vidika usmerjenosti na študente (kvantitativni vidik promocije na družbenih omrežjih, možnost igrifikacijskega pristopa in stimulacij ob prijavi), večjega vključevanja

društev, ki bi lahko poskrbela za dodatno promocijo ter preširoko zastavljenega targetiranja dogodka.

Izvedba in upravljanje

Kljub temu, da je usklajevanje z rednim delom v določeni meri predstavljalo izziv, intervjuvanka meni, da sta z dobro komunikacijo, organizacijo in vzajemnim prevzemanjem dela s soorganizatorko zelo dobro opravili vse zadane naloge. S sprotnimi sestanki in agilnim vodenjem projekta sta zagotovili, da je bila končna izvedba uspešna. Intervjuvanka je povedala, da je bila njej dodeljena vloga tudi znotraj njene časovne razpoložljivosti in kompetenc. To pripisuje predvsem dejstvu, da je bil dogodek namenoma načrtovan v obdobju, ko je bila časovno manj obremenjena s pedagoškim delom.

Ocena dogodka

Ocenjevanje dogodka je po mnenju intervjuvanke potekalo predvsem na podlagi neformalnih pogovorov s soorganizatorko. Kljub oceni, da je bila izvedba dogodka po vsebinski plati izredno kvalitetna, pa z vidika udeležbe predvsem ciljne publike po njenem mnenju ni bila povsem uspešna. Aktivnega zbiranja povratnih informacij po dogodku niso izvedli, so pa od udeležencev pridobili več pisnih in ustnih pohval. Po mnenju intervjuvanke je dogodek pozitivno učinkoval na podobo matične institucije predvsem pri zunanjih sodelujočih institucijah in posameznikih. Zaznan je bil tudi učinek na večjo prepoznavnost CEK z vidika promocije knjižnične zbirke. Na podlagi pridobljenih izkušenj in povratnih informacij je intervjuvanka izpostavila predvsem potrebo po spremembi načina promocije in promocijskih kanalov pri organizaciji prihodnjih dogodkov EFbere ter delni prilagoditvi pristopa in tematike, ki bi bolje nagovorila ciljno publiko – študente.

4.4.2 Razstava knjig s trajnostno vsebino

Mahorčič (2024) razstave označuje kot pomemben del knjižnične dejavnosti, saj omogočajo dodaten vpogled v delovanje knjižnice, jo približajo uporabnikom ter privabljajo nove in prihodnje uporabnike. V sklopu Trajnostnega tedna EF, ki ga je v aprilu 2024 prvič organizirala matična institucija, je CEK pripravila razstavo novjših tiskanih in elektronskih knjig s

trajnostno vsebino, ki so bile razdeljene v tri tematske sklope. Tematska razstava na temo trajnostnega razvoja je promovirala vsebinski sklop knjižničnega gradiva CEK, za katerega mnogi niso vedeli, da ga knjižnična zbirka CEK vsebuje, hkrati pa je med uporabniki spodbujala razpravo o tem, kako lahko poslovni svet in družba kot celota delujeta bolj trajnostno. Razstava knjig je v sklopu Trajnostnega tedna EF trajala teden dni. Zaradi izraženega interesa in dobrega odziva so se v knjižnici odločili, da jo podaljšajo še za dodatna dva tedna. Razstava je bila postavljena tako v fizično okolje knjižnice na razstavnih policah oddelka izposoje kot tudi v spletnem okolju knjižnice, kjer so bile razstavljene tudi v CEK dostopne elektronske knjige s trajnostno tematiko.

Opredelitev dogodka in vlog

Intervjuvanka je kot glavni namen dogodka navedla promocijo knjižničnega gradiva CEK s trajnostnimi vsebinami, namenjeno vsem uporabnikom knjižnice, in pri tem izpostavila, da sta promocija in vključevanje trajnostnih vsebin v širše družbeno okolje zapisana cilja v strategiji UL EF. Cilj dogodka je bil po njenem mnenju pripraviti atraktivno enotedensko tematsko razstavo knjig v fizičnem in spletnem okolju in hkrati preveriti, kako dobro knjižnica te vsebine sploh pokriva. Iskanje idej in prilagoditev strategije pri oblikovanju knjižnične zbirke CEK z vidika naročanja in nabave novih knjig je torej intervjuvanka navedla kot posredni cilj organizacije dogodka. Svojo vlogo, v kateri se je počutila povsem suvereno, je opisala kot ustrezno ter jasno opredeljeno: vključevala je vsebinski izbor knjig, ki jih je uvrstila v tri vnaprej določena področja trajnostnega razvoja, sodelovanje pri organizaciji dela in koordinaciji vseh vključenih članov v dogodek – z organizacijsko vodjo dogodka v CEK, z oddelkom izposoje in z urednikom spletnih vsebin CEK, ki je razstavo knjig prenesel ter jo prilagodil spletnemu okolju.

Načrtovanje in priprava dogodka

Intervjuvanka je navedla, da je bila člen v dobro usklajeni in odlično sodelujoči ekipi, znotraj katere so določili posamezne naloge, razporedili delo in se prilagodili časovnemu načrtu krovnega dogodka. Manjši izziv je predstavljala naloga umestitve knjig v tematska področja, saj ta niso povsem skladna niti s klasifikacijskim sistemom UDK oziroma sistemom tematskega razporejanja knjig v CEK niti z agendo kazalnikov ciljev trajnostnega razvoja (SDG), ki ga je

v nekoliko podaljšanem času izvedbe razrešila brez večjih težav. Pravočasno izvedbo dogodka pripisuje sledenju navodilom in načrtanemu časovnemu načrtu, prerazporejanju delovnih nalog v primeru izredne situacije ter svojemu načinu dela, ki je tak, da si delo vselej organizira tako, da so naloge opravljene nekoliko pred predvidenim rokom. Organizacija vseh procesov v pripravi in izvedbi dogodka je bila po njenem mnenju zelo dobro zastavljena, nekoliko boljša bi bila lahko le vpetost v krovni dogodek (npr. s poenoteno celostno grafično podobo dogodka v promociji), vendar CEK po njenem mnenju ni bila vzrok za to pomanjkljivost.

Izvedba in upravljanje

Nepredvidene situacije so v timu reševali s prilagodljivostjo, prevzemanjem dela in s sprotno komunikacijo. Ker je bil obseg dogodka manjši in v organizacijo ni bilo vključenih veliko ljudi, je lahko ekipa s sprotno in neposredno komunikacijo preverjala napredek dela in uresničevanje zastavljenih nalog. Z usklajevanjem dela v okviru organizacije dogodka in svojih rednih delovnih obveznosti ni imela težav, saj je narava njenega rednega dela takšna, da običajno ne zahteva takojšnjega odziva. Svoje redno delo je tako za predvideno časovno obdobje lahko odložila in se delu v okviru organizacije dogodka v celoti posvetila in ga tudi kvalitetno izvedla.

Ocena dogodka

Ker je tovrsten dogodek potekal prvič, je intervjuvanka izpostavila, da v ekipi niso imeli reference, kako naj bi dogodek izgledal, niti niso imeli vnaprej postavljenih formalnih kriterijev, na podlagi katerih bi lahko uspešnost dogodka vrednotili. Izvedbo dogodka so tako ocenjevali le na neformalen način: z opazovanjem in sprotnim zbiranjem mnenj sodelavcev ter obiskovalcev tematske razstave. Intervjuvanka je povedala, da so prejeli pozitivne ustne odzive, poleg tega se je povečala tudi izposoja nekaterih razstavljenih knjig v tem obdobju. V splošnem meni, da so bili glavni namen in cilji dogodka uspešno doseženi; z relevantnim izborom, z razstavo in dobro promocijo je bilo doseženo, da je bil dogodek opažen in dobro sprejet, uporabniki pa so pridobili boljši vpogled v vsebino knjižnega fonda CEK. Intervjuvanka je tudi razkrila, da glede na opisano izkušnjo v CEK razmišljajo o uvrstitvi tematskih razstav na svoj redni program.

4.4.3 Razstava intervjujev iz spletne rubrike EF raziskave na temo trajnostnega razvoja

V sklopu Trajnostnega tedna EF je CEK pripravila tudi razstavo izbranih intervjujev iz rubrike EF raziskave na temo trajnostnega razvoja. Razstava je promovirala znanstvene dosežke raziskovalcev z matičnega zavoda oziroma njihove objavljene znanstvene članke. Na razstavnem panoju je bilo izpostavljenih 18 intervjujev z raziskovalci. Te sicer CEK na fakultetni spletni strani kontinuirano objavlja v rubriki EF raziskave, v kateri so raziskovalni izsledki predstavljeni na jasn in širši publiki razumljiv način². Za potrebe razstave so bili intervjuji grafično obdelani in prilagojeni tako, da je bila vsebina celotnega intervjuja predstavljena na eni sami strani (angl. *one-pager*). Vsak izbran intervju z razstave je obiskovalcem ponudil vpogled v specifično temo trajnostnega razvoja in s tem odprl prostor za razpravo in premislek med udeleženci dogodka. Razstava intervjujev v sklopu Trajnostnega tedna EF je trajala teden dni. Tudi ta razstava je bila zaradi dobrega odziva podaljšana še za dodatna dva tedna.

Oprelitev dogodka in vlog

Intervjuvanec je kot osrednji namen dogodka navedel izpostavitve trajnostnih vsebin v povezavi s promocijo znanstvenih člankov raziskovalcev z matičnega visokošolskega zavoda. Ker je raziskovalna dejavnost poleg izobraževanja ena izmed ključnih dejavnosti zavoda, krepitev sodelovanja z raziskovalci, promocija odprtosti in deljenja znanja pa ena izmed glavnih nalog, pri kateri sodeluje tudi visokošolska knjižnica, je za CEK ključnega pomena, da znanstvene dosežke raziskovalcev predstavlja in jih promovira tudi širše. Intervjuvanec je jasno opredelil glavni cilj ter ciljno publiko dogodka: priprava razstave, s katero so vsem obiskovalcem CEK na zanimiv, razumljiv in vizualno privlačen način predstavljeni vsebina, namen, ključne ugotovitve ter uporabnost izsledkov izbranih znanstvenih člankov raziskovalcev z UL EF. Svojo vlogo je opisal kot ustrezno in jasno opredeljeno; izbral je relevantne članke s trajnostnimi vsebinami in skrbel za organizacijo dela ter redno

² Raziskovalci v intervjuju odgovorijo na naslednja vprašanja: kakšno raziskovalno vprašanje ste si zastavili in kakšen je bil namen raziskave, katere so ključne ugotovitve vaše raziskave, kaj vas je v procesu raziskovanja presenetilo, katerim ciljnim javnostim ugotovitve lahko koristijo in kakšen pomen bodo imeli rezultati vaše raziskave v 5 ali 10 letih. V sami objavi v EF raziskavah, poleg odgovorov raziskovalcev, v CEK priskrbimo tudi navedbo točnih informacij o avtorstvu, o reviji in rangiranju, kjer je prispevek objavljen ter o načinu dostopnosti prispevka, dodane so tudi ključne besede ter cilji trajnostnega razvoja (SDG-ji), ki jih članek nagovarja.

komunikacijo s sodelavci, ki so bili vključeni v organizacijo dogodka.

Načrtovanje in priprava dogodka

Načrtovanja dogodka so se po mnenju intervjuvanca lotili zelo sistematično: z ožjo ekipo sodelavcev so dogodek najprej razčlenili na posamezne sklope, si razdelili delo pri ključnih nalogah, postavili časovni načrt, določili način in kanale promocije ter preverili prostorske možnosti za izvedbo razstave. Že v fazi načrtovanja so določili okvirne datume sestankov in se dogovorili, da rezultate dela v dogovorjenih rokih nalagajo na programsko opremo Microsoft Teams. Intervjuvanec je tudi povedal, da so načrtovanje dogodka zaradi umeščenosti v širši sklop Trajnostnega tedna EF usklajevali s programom krovnega dogodka. Izpostavil je, da bi bil krovno dogodek lahko nekoliko bolj aktivno koordiniran.

Izvedba in upravljanje

Intervjuvanec je opisal potek zaporedja izvedbe delovnih nalog: izbor relevantnih člankov oziroma posameznih intervjujev, grafična obdelava intervjujev (jasna in atraktivna enostranska postavitev), umestitev intervjujev na razstavne panoje v knjižnični prostor ter priprava in izvedba promocije dogodka. S sprotno komunikacijo so redno spremljali napredek dela in na dogovorjenih sestankih skupaj ocenjevali opravljene naloge. Ker so tekom izvedbe ugotovili, da grafična obdelava zahteva več časa, kot je bilo predvideno, so časovnico ustrezno prilagodili in si delo prerazporedili. Tako so zagotovili pravočasno izvedbo. Intervjuvanec je izpostavil, da je ekipa odlično sodelovala, pri svojem delu, ki je bilo znotraj njegove časovne razpoložljivosti in kompetenc, je bil povsem suveren.

Ocena dogodka

Ocenjevanje izvedbe posameznih sklopov dogodka (izbor, grafična obdelava, umestitev v prostor in promocija) je po besedah intervjuvanca potekalo sprotno; čeprav v ta namen niso imeli v naprej postavljenih formalnih kriterijev, so posamezne faze stalno vrednotili ob skupnih diskusijah. Sam meni, da so bili glavni namen in cilji dogodka doseženi; zaradi dobrega odziva in ustnih pohval, ki so jih prejeli, so se v CEK tudi odločili, da razstave intervjujev z raziskovalci v nekoliko modificirani obliki umestijo v svoj redni program. Na vprašanje o

spremembah, ki bi jih uvedel v organizaciji prihodnjih izvedb dogodka, je odgovoril, da bi razstavo lahko sočasno postavili tudi v spletno okolje in s tem še povečali njen doseg.

4.4.4 Mednarodni Erasmus+ izobraževalni teden zaposlenih

CEK je ob podpori fakultetne mednarodne pisarne v tednu od 13. do 17. maja 2024 organizirala prvi International Erasmus+ Staff Week (IESW) z naslovom Beyond Books: Shaping Academic Libraries for the Future. Teden dni pred izvedbo osrednjega petdnevnega dogodka je bilo izpeljano tudi uvodno spletno srečanje vseh sodelujočih organizatorjev in udeležencev dogodka. Vsebinsko se je dogodek osredotočal na strategije razvoja visokošolskih knjižnic in raziskoval možnosti v njihovi preobrazbi iz tradicionalnih ustanov v sodobne centre znanja. Glavni namen organizacije dogodka je bil pospeševanje internacionalizacije, mednarodnega sodelovanja in inovacijskih prizadevanj matične ustanove, s tem pa tudi krepitev strokovnega razvoja CEK ter izboljšanje kakovosti storitev z vključevanjem raznolikosti in globalnih trendov, krepitev ugleda knjižnice in matičnega zavoda ter vzpostavljanje novih partnerstev. Pri tem je bila CEK osrednji akter. Dogodka se je udeležilo 14 udeležencev z 11 različnih partnerskih institucij širom Evrope. V intervjuju je sodelovalo 6 intervjuvancev, ki so bili člani organizacijskega odbora dogodka IESW. Intervjuje smo izvedli z vsakim posebej, njihove odgovore nato predstavili združeno in pri tem izpostavili odgovore, ki so vsebinsko izstopali.

Opredelitev dogodka in vlog

Intervjuvanci so kot glavne namene dogodka izpostavili internacionalizacijo, izmenjavo izkušenj, mnenj in dobrih praks, mreženje, promocijo lastne knjižnice ter matične institucije v mednarodnem okolju. Dva intervjuvanca sta izpostavila tudi pomen izmenjave strategij in vizij visokošolskih knjižnic v kontekstu preobrazbe tradicionalnih visokošolskih knjižnic v sodobne centre znanja in informacijska središča, ena intervjuvanka tudi pomen organizacije tovrstnega dogodka pri povezovanju ekipe CEK. Prav tako so bili intervjuvanci enotni glede glavnih ciljev dogodka – uspešna organizacija in izvedba osrednjega petdnevnega dogodka ter spletnega srečanja, vzpostavitev novih partnerstev in pridobitev novih idej ter smernic razvoja. Ciljna publika so bili visokošolski knjižničarji oziroma strokovnjaki, zaposleni v akademskih knjižnicah mednarodnih partnerskih institucij. Večina intervjuvancev je imela jasno opredeljeno vlogo in se je pri opravljanju dela počutila suvereno. Ena intervjuvanka je

izpostavila, da ni bila pravočasno seznanjena z vsemi nalogami in odgovornostmi ter s časovnimi okviri, v katerih so morale biti naloge izvedene.

Načrtovanje in priprava dogodka

Načrtovanje in organizacija dogodka sta bila po mnenju vseh intervjuvancev začrtana zelo sistematično: ob začetku so udeleženi določili organizacijski in programski odbor in definirali časovne termine ter razdelili zadolžitve. Pri načrtovanju so bile vsaj deloma predvidene možne alternative, če določenih stvari ne bi mogli izpeljati na način, kot so si jih zamislili. Za boljše preglednost so uporabljali platformo Microsoft Teams, kjer je bila vsem dostopna preglednica z vsemi segmenti, zadolžitvami, stanjem realizacije posameznih nalog in okvirno časovnico, čeprav v poznejših fazah preglednica ni bila vedno ažurno posodabljana. Ena intervjuvanka je izpostavila, da bi bile posamezne vloge lahko definirane bolj natančno. Tekom priprave dogodkov so se dogovorili za sprotno poročanje in redne sestanke. Z dobrim načrtovanjem, ustreznim postavljanjem prioritet, povečanim obsegom dela in nadurami, z razporejanjem dela, dobro komunikacijo ter sprotnim prilagajanjem so organizatorji poskrbeli, da so bile vse naloge, kljub nekaterim težavam, opravljene pravočasno.

Intervjuvanci so izpostavili določene izzive tekom organizacije dogodka, povezane z njihovimi specifičnimi vlogami. Med njimi so omenili izjemno kratke roke za določene naloge, občasno neustrezno razporejanje dela, ki je vodilo v preobremenjenost nekaterih članov ekipe ter tehnične težave na različnih področjih. Kljub temu so težave uspešno rešili s prilagodljivostjo, iznajdljivostjo in prerazporejanjem dela. Med priložnostmi za izboljšanje so intervjuvanci omenili več komunikacije med organizacijskim in programskim odborom dogodka, bolj enakomerno porazdelitev dela in boljše časovno načrtovanje v zadnji fazi izvedbe dogodka.

Izvedba in upravljanje

Vsi intervjuvanci so bili mnenja, da je bila njim dodeljena vloga znotraj njihovih kompetenc, vendar ne vedno znotraj časovnih zmožnosti: več jih je omenilo, da so zaradi prioritete vloge dogodka njihove redne delovne naloge in obveznosti trpele, v nekaj primerih so bile tudi prekinjene. Približevanje rokom posameznih mejnikov ali vmesnim ciljem v izvedbi dogodka je prineslo zgostitev dela in časovno stisko, zaradi česar je prihajalo tudi do manjših napak.

Med izvedbo so se člani (ožjega) tima sestajali na rednih sestankih, ekipa je stalno komunicirala preko različnih kanalov: osebno, po telefonu, po spletni pošti ter z uporabo aplikacije Microsoft Teams, ki so jo označili kot še posebej koristno.

Ocena dogodka

Posamezne cilje in mejnike so intervjuvanci ocenjevali sproti, s pogovorom in izmenjavo mnenj, vendar brez vnaprej pripravljenih kriterijev; te so si pogosto postavili kar sami, po občutku. Ena intervjuvanka je še posebej izpostavila pomanjkanje poglobljene formalne analize po dogodku. Povratne informacije udeležencev so zbrali na več različnih načinov: z anketo, s spremljanjem odzivov v IESW WhatsApp skupini, s krajšim vprašalnikom ob zaključku dogodka (z uporabo orodja Mentimeter), s sprotim spremljanjem komentarjev in vtisov v medsebojnih pogovorih ter sporočil v spletni pošti. Na podlagi zbranih povratnih informacij in lastnih vtisov so intervjuvanci dogodek ocenili kot izredno uspešen, in sicer tako z vidika promocije knjižnice kot tudi matične institucije. Kot priložnost za izboljšave so izpostavili boljšo časovno organizacijo v zaključni fazi izvedbe, več upoštevanja možnih nepredvidenih situacij, enakomernejšo porazdelitev dela ter omejitev obsega nekaterih programskih vsebin.

4.4.5 Razstave Galerije EF

Galerijska dejavnosti se je na UL EF začela leta 1990 s postavitvijo prve razstave v Galeriji CEK na pobudo sodelavke iz knjižnice³. Leta 2010 je galerija dobila bolj urejen razstavni prostor, kjer se Galerija EF nahaja še danes. Tri leta za tem je bila ustanovljena še Mala galerija, ki je namenjena razstavljanju mlajše generacije umetnikov. Kadar je mogoče, so predvsem razstave v Mali galeriji zaradi njene umeščenosti v neposredno bližino knjižnice, vsebinsko povezane s programom, ki se izvaja v CEK. V dobrih tridesetih letih se je v obeh galerijah zvrstilo več sto razstav različnih umetniških zvrsti, ki širijo obzorja študentom, zaposlenim in drugim obiskovalcem. Čeprav organizacija umetniških razstav ni primarna dejavnost knjižnice ali matičnega zavoda, si slednji v svoji razvojni strategiji prizadeva za inovativno izobraževanje, svobodo ustvarjalnosti in interdisciplinarno povezovanje (Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, 2024), kar se izraža tudi v podpori galerijski dejavnosti in umetnosti

³Galerija CEK je takrat dobila ime po kratlici knjižnice, saj je bila v tistem obdobju tudi lokacijsko umeščena v knjižnične prostore

nasploh. Galerijska prostora v povezovanju s knjižničnimi tako ustvarjajo okolje za druženje in izmenjavo idej, obiskovalce pa motivirajo k ustvarjalnemu delu na različnih področjih.

Opredelitev dogodka in vlog

Intervjuvanka je povedala, da je vodenje obeh galerij na UL EF skupaj s sodelavko prevzela leta 2023. Njena vloga je sodelovanje pri organizaciji dogodkov razstav, ki v Galeriji EF vključujejo tudi organizacijo dogodka otvoritve posamezne razstave. Poleg snovanja galerijskega programa je vpletena v vse segmente organizacije dogodkov razstav. Glavni namen razstav intervjuvanka vidi v predstavitvi različnih umetniških del ter v približevanju umetnosti vsem obiskovalcem matične institucije: študentom, zaposlenim, naključnim mimoidočim in za razstave zainteresiranim posameznikom, tudi tistim, ki v galerije in muzeje sicer ne zahajajo in jim to področje tuje. Namen vidi tudi v obogatitvi prostorov v okolju, kjer umetnost sicer ni primarna dejavnost, s čimer se povezujeta in združujeta dva na videz ločena svetova: umetnost in ekonomija. Snovanje raznolikega programa, ki pokriva različne vizualno-umetniške zvrsti, čim številnejšo publiko, ki si razstave ogleda, ter čim širšo ozaveščenost o obstoju obeh galerij, je navedla kot glavne cilje. Intervjuvanka je povedala tudi, da sta s soorganizatorko zaradi lažjega usklajevanja z rednim delom nekoliko spremenili načrtovan obseg dogodkov: v Galeriji EF letno organizirata 10 razstav, ki vključujejo dogodek odprtja, v Mali galeriji pa 6 razstav. Svojo aktivno vpetost v vse segmente organizacije dogodkov je intervjuvanka pojasnila z izpostavitvijo delovnih nalog, ki obsegajo administrativno podporo, pripravo promocijskih vsebin, komunikacijo z vsemi deležniki, sodelovanje pri postavitvi in zaprtju razstave ter organizacijo otvoritve razstave. V svoji vlogi, kot je izrazila, ni povsem suverena; deloma zaradi svojega poklica, ki tega področja dela ne vključuje, deloma zato, ker ne ve točno, kakšen je njen obseg dela in odgovornosti, predvsem v smislu širših delovnih obveznosti, ki presegajo pripravo in organizacijo razstav.

Načrtovanje in priprava dogodka

Intervjuvanka je povedala, da sta s soorganizatorko ob prevzemu vodenja obeh galerij najprej razčlenili organizacijo dogodkov na več segmentov; v dogovoru sta določili in si razdelili naloge, pri čemer je vsaka prevzela tista področja dela, v katerih se je čutila močno, določili sta roke in si zarisali terminski načrt. Naloge, ki zahtevajo več časa za pripravo, sta si zgostili na

tri dni, ko sta se delu intenzivno posvetili, da jima v preostalih dneh fokus ni uhajal z njunega rednega dela. Vnos nalog v spletni koledar, sledenje dogovorjeni časovnici, sprotna komunikacija in razdelitev delovnih obveznosti jima zagotavljajo, da naloge opravita pravočasno. Intervjuvanka je sicer pojasnila določene težave z medsebojnim usklajevanjem ob prevzemu dela, ki sta jih rešili z boljšim razumevanjem delovnih nalog in prilagoditvijo svojemu načinu dela. Meni, da bi promocijo dogodkov, ki že poteka v obliki izpostavitve promocijskih materialov (plakati in letaki), obveščanja po e-pošti in na družbenih omrežjih (Instagram in Facebook) ter na univerzitem (KULturnica) in fakultetnih kanalih (EFnet portal, Interne novice EF), lahko še okrepili in razširili.

Izvedba in upravljanje

Načrtovanim mejnikom in postavljeni časovnici intervjuvanka sledi z dejanskim izvajanjem nalog. Glavno prioriteto ji predstavlja njeno redno delo. Izrazila je zadovoljstvo z medsebojno komunikacijo in sprotnim obveščanjem, ki poteka s soorganizatorko. Pri delu si pomagata in se dopolnjujeta; po potrebi določene delovne obveznosti prevzeme ali jih preda.

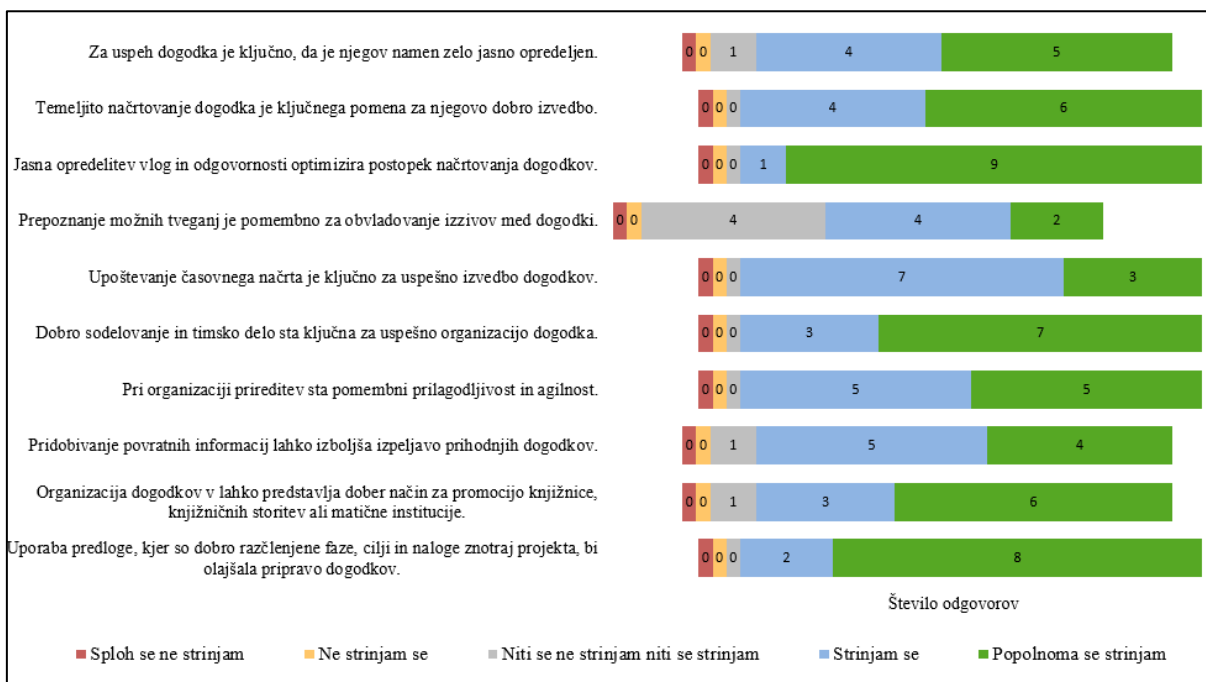
Ocena dogodka

Intervjuvanka meni, da je bila s pestrim programom dosežena raznolikost razstav, uspešne so bile po njenem mnenju tudi vse realizacije načrtovanih razstav, kvantitativni vidik obiskanosti na odprtjih razstav pa jo je marsikdaj razočaral. Pove, da formalni kriteriji za ocenjevanje uspešnosti razstav niso določeni. S soorganizatorko vseeno izvajata subjektivno vrednotenje posameznih dogodkov in uvedenih sprememb. Zbirata ustne in pisne povratne informacije s strani umetnikov, zaposlenih na matični instituciji ter z opazovanjem spremljata odzive obiskovalcev. Ti so izredno dobri. Dejstvo, da je matična institucija prepoznala vrednost umetniškega in kulturnega programa, ki se izvaja v obeh galerijah in ga ta tudi financira, krepi njeno pozitivno sliko v javnosti. Prav tako organizacija razstav pomeni kulturno obogatitev knjižničnega programa, predvsem v primeru Male galerije, s katero je prostorsko povezana.

4.4.6 Rezultati ankete o uporabnosti načel projektnega managementa pri organizaciji dogodkov

Udeleženci raziskave so v anketi, ki je vsebovala deset trditev, svoja mnenja oziroma strinjanje

s posameznimi trditvami izrazili s pomočjo petstopenjske Likertove lestvice. Izvedba ankete je neposredno sledila izvedbi vsakega polstrukturiranega intervjuja. Slika 1 prikazuje rezultate ankete, s katero smo pri udeležencih raziskave zbirali kvantitativne podatke o njihovem mnenju o uporabnosti načel projektnega vodenja pri organizaciji knjižničnih dogodkov.



Slika 1: Rezultati ankete o uporabnosti načel projektnega managementa pri organizaciji dogodkov

Številke v grafikonu odražajo, kolikokrat so se na posamezno trditev odzvali z določeno stopnjo (ne)strinjanja. Skupna analiza odgovorov pove, da se z vsemi trditvami popolnoma strinjajo (ocena 5) ali strinjajo (ocena 4) v veliki večini primerov. Negativno izstopa četrta trditev, ki izpostavlja pomembnost prepoznavanja možnih tveganj za obvladovanje morebitnih izzivov med dogodki. Kar 4 od 10 intervjuvancev je izrazilo ambivalentnost (ocena 3), kar kaže na pomanjkanje zavedanja pomembnosti upravljanja s tveganji pri vseh fazah organizacije dogodka. Pozitivno izstopa rezultat odgovorov na tretjo trditev, ki izpostavlja pomembnost jasne opredelitve vlog in odgovornosti pri organizaciji dogodka. Kar 9 od 10 intervjuvancev se je namreč popolnoma strinjalo s trditvijo (ocena 5), eden pa se je s trditvijo strinjal (ocena 4).

Posebej bi izpostavili podatek, da se 8 od 10 intervjuvancev popolnoma strinja z uporabnostjo predloge (ocena 5), v kateri bi bile dobro razčlenjene faze, cilji in naloge znotraj projekta, preostala 2 intervjuvanca pa sta se s trditvijo strinjala (ocena 4). Tudi na podlagi odziva na to trditev smo lahko ocenili, da bi priprava predloge organizatorjem knjižničnih dogodkov

predstavljala dodano vrednost.

5 RAZPRAVA

Osrednji namen, ciljna publika in obseg dogodka je bil pri vseh intervjuvancih dobro definiran, medtem ko bi lahko bili cilji pri določenih dogodkih bolj konkretizirani. Dogodki so se sicer med seboj razlikovali po kompleksnosti, številu sodelujočih in obsegu. Pri bolj enostavnih dogodkih, kot sta bili izvedbi obeh razstav v okviru Trajnostnega tedna EF, je bil bolj neformalen pristop pri organizaciji dogodka zadosten in ustrezen, pri organizaciji kompleksnejšega dogodka pa so se pokazale določene pomanjkljivosti. V primeru organizacije obsežnega in organizacijsko zahtevnega dogodka IESW je večina intervjuvancev opisala težave z uresničevanjem nalog v zastavljenih časovnih okvirih ter neenakomerno porazdelitev dela pri izvedbi dogodka, kar so deloma pripisali tudi pomanjkanju osebe, ki bi bila zadolžena za sledenje časovnemu načrtu v sklepni fazi izvedbe dogodka. Vloge torej že v prejšnjih fazah niso bile povsem ustrezno opredeljene, v časovni načrt pa ni bilo vključene dovolj rezerve v primeru zaostankov in nepredvidenih situacij, kar kaže na nezadostno pozornost pri upravljanju s tveganji.

Organizaciji dogodkov je skupno tudi, da so nepredvidene situacije terjale sprotno prilagajanje – agilno vodenje, kar se je izkazalo tudi v vseh obravnavanih dogodkih v CEK. Iz tega sledi potreba po konstantnem in sprotnem ocenjevanju ter prilagajanju načrtanih smernic in načrta predhodnih faz.

Vsem obravnavanim dogodkom je bilo skupno pomanjkanje konkretnih kriterijev za ocenjevanje uspešnosti. Deloma lahko to pripišemo dejstvu, da so se dogodki v takšni obliki izvedli prvič, tako da reference na pretekle dogodke ni bilo. Kljub temu bi lahko kriterije določili že v fazi opredelitve projekta, in sicer na podlagi analize podobnih dogodkov zunaj matične institucije. Ustrezno določeni kriteriji za oceno uspešnosti posameznih mejnikov bi lahko pripomogli k boljšemu razporejanju prioritet in hitrejšemu ukrepanju v primeru odstopanja od načrtanih smernic. Pri organizaciji dogodka IESW so bili kriteriji za ocenjevanje uspešnosti določeni sprotno in na podlagi subjektivnih meril. Kljub pomanjkljivostim, ki smo jih pri organizaciji tega dogodka ugotavljali, je bil dogodek s strani intervjuvancev in na podlagi povratnih informacij s strani udeležencev ocenjen kot zelo uspešen. Poleg bolj formalno in

vnaprej določenega načina ocenjevanja z jasno opredeljenimi kriteriji bi lahko bili za boljšo analizo uspešnosti pri večini dogodkov bolj sistematično zbrani tudi odzivi udeležencev – podobno kot so bili zbrani, z uporabo več pristopov, na primer pri dogodku IESW.

Rezultati ankete so pokazali, da se sodelujoči pri organizaciji knjižničnih dogodkov v splošnem zavedajo pomembnosti temeljnih načel projektnega managementa. Kljub temu podatki, pridobljeni v raziskavi, kažejo na nekatere pomanjkljivosti pri upoštevanju pomembnih vidikov načrtovanja dogodkov. Izstopalo je na primer nerazumevanje pomembnosti obvladovanja tveganj, kar so pokazali tako rezultati ankete kot tudi rezultati polstrukturiranih intervjujev. Po drugi strani so anketiranci v veliki večini sicer izrazili pomembnost upoštevanja jasno definiranih vlog in odgovornosti, so pa rezultati polstrukturiranih intervjujev nasprotno pokazali, da pri izvedbi vloge projektnega tima niso bile vedno dovolj jasno razčlenjene. Verjetno so tudi zato anketiranci v takšni večini izrazili strinjanje z uporabnostjo namenske predloge pri pripravi dogodkov.

Podatki, ki smo jih pridobili z izvedbo polstrukturiranih intervjujev, kot tudi rezultati ankete so tako pokazali, da kljub dejstvu, da večina intervjuvancev formalno sicer ne pozna načel projektnega managementa, jih pa pri svojem delu vendarle vsaj v določeni meri upošteva intuitivno, in temu prilagaja svoj način dela. Vseeno menimo, da bi z bolj doslednim upoštevanjem načel projektnega managementa in ob boljšem poznavanju vseh segmentov organizacije knjižničnega dogodka, izvedbo dogodkov lahko še izboljšali, prihranili čas, optimizirali delo in povečali zadovoljstvo vseh članov ekipe ter udeležencev dogodkov. S tem bi tudi v večji meri dosegli osrednji namen dogodkov, namreč promocijo CEK in njenih storitev. Zato smo pripravili predlogo za organizacijo knjižničnih dogodkov, ki jo na praktičnem primeru predstavljamo v nadaljevanju.

6 UPORABA PREDLOGE ZA NAČRTOVANJE ORGANIZACIJE KNJIŽNIČNEGA DOGODKA

Na podlagi ugotovitev raziskave smo izdelali predlogo za načrtovanje organizacije knjižničnih dogodkov, ki izvajalce vodi skozi posamezne faze, upoštevajoč temeljna načela projektnega managementa. Predloga predvideva vključitev vseh ključnih procesov pri organizaciji dogodka že v fazi predpriprave, s čimer zmanjšuje možnost nenamerne opušcanja posameznih elementov organizacije dogodka, nudi vpogled v celotno predstavo organizacije dogodka ter

omogoča lažje obvladovanje nepredvidenih situacij. Slika 2 prikazuje primer načrtovanja organizacije knjižničnega dogodka IESW v CEK s pomočjo priloge.

PREDLOGA ZA NAČRTOVANJE ORGANIZACIJE KNJIŽNIČNEGA DOGODKA					
SNOVANJE	Ime	IESW Beyond Books: Shaping Academic Libraries for the Future			
	Namen	internacionalizacija, mednarodno sodelovanje, strokovni razvoj CEK, pregled globalnih trendov, krepitev ugleda CEK in UL EF, mreženje			
	Časovnica projekta	september 2023 (začetek projekta) – junij 2024 (zaključek s končno analizo)			
	Obseg	Čas	13. 5. – 17. 5. 2024, 7. 5. 2024 preddogodek		
		Število udeležencev	max. 25, max. 2 z iste institucije		
		Prostori	UL, EF, NUK, Semeniška knjižnica, Valvasorjeva knjižnica KK		
		Proračun	x.xxx,xx EUR		
Ciljna publika	knjižničarji iz evropskih partnerskih institucij.				
Cilji	uspešna organizacija in izvedba preddogodka in 5-dnevnega dogodka, uspešna promocija CEK in UL EF, nova partnerstva, pridobitev novih idej, vizij, smernic razvoja				
NAČRTOVANJE	Kadri	Ime	Vloga		
		član 1	vodja: oblikovanje mejnikov, časovnice, ekipe, tveganja...		
		član 2	oblikovanje materialov, prispevkov in spletnih vsebin		
		član 3	Erasmus+ dokumentacija, finance in proračun		
		član 4	komunikacija s prijavitelji in ostalimi deležniki		
		član 5	tehnična podpora, organizacija virov in spremljanje oskrbe		
	član 6	priprava prostorov, skrbnik izvedbene časovnice			
	Zunanji deležniki	UL (sprejem), NUK (ogled), Semeniška knjižnica (ogled), Valvasorjeva knjižnica KK (ogled + izvedba vsebinskega sklopa), Mestni muzej KK (ogled), catering (UL+ UL EF), gostinska ponudba (LJ, KK), avtobusni prevoznik, tiskovine, vabljeni govorniki			
	Ključni mejniki	Naziv	Rok	Kadri	
		novičniki	november 2023, januar 2024	član 1, član 2, član 4	
		spletna stran, prijavi obrazec	3. 1. 2024	član 1, član 2	
		zaključek prijav in obveščanje	24. 3. 2024	član 4, član 1, član 3	
		preddogodek	7. 5. 2024	član 1, član 4	
		glavni IESW dogodek	13. – 17. 5. 2024	vsi člani + ostala ekipa CEK	
	zaključne aktivnosti z anketo	20. 5.– 22. 5. 2024	član 1, član 3, član 4		
	Časovnica	izdelana predvidena časovnica (Teams - IESW, časovnica)			
Tveganja	izdelan plan obladovanja tveganj (POT_nov.2023.doc)				
Komunikacija	MS Teams, sestanki na 3 tedne (kasneje pogosteje), ožje ekipe sproti, s programskim odborom				
IZVEDBA IN UPRAVLJANJE	Poročila	Naziv	Člani	Čas	
		poročila napredka (pisno)	vsi	na 7 dni	
		poročila težav/ zagat (ustno)	vsi	po potrebi	
	Sestanki	Obvladovanje tveganja	vodja	na 14 dni	
		Naziv	Člani	Čas	
		ekipni	vsi	na 30 dni	
		kolegij	organizacijski odbor	na 7 dni	
	zunanjú deležniki	vodja, član 4	po potrebi		
	Popravki časovnice	sprotno, glede na napredek, težave, nepredvidene situacije			
	Promocija	Kanal	Ciljna publika	Obseg / Namen	
		spletna stran	vsi	januar 2024, informacije + prijava	
		novičniki	partnerske institucije	november 2023, "save the date"	
letaki, plakati, zvezki		udeleženci	april 2024, informacije + darila		
zaslóni EF, table EF, oznake		udeleženci	maj 2024, usmerjanje, informacije		
EF net, EF news		vsi + zaposleni na EF,	maj 2024, obvestila javnosti		
OCENJEVANJE	Povratne informacije "Feedback"	Kanal	Obseg/ izvedba		
		anketa	po dogodku		
		Mentimeter	zadnji dan dogodka		
		ustno + opazovanje dogajanja	med dogodkom		
	Kriteriji za oceno uspešnosti	e-mail, WhatsApp,	ves čas organizacije dogodka		
		število prijaviteljev, število udeležencev, analiza povratnih informacij (Mentimeter, anketa, ustne in pisne povratne informacije), ocena vidika organizatorjev, mednarodna odmevnost, odzivi vodstva matične institucije in deležnikov pri dogodku.			

Slika 2: Primer organizacije dogodka IESW po načelih projektnega managementa

Primer izpolnjene predloge nam pokaže, da bi se z njeno uporabo lahko izognili nekaterim pomanjkljivostim pri organizaciji dogodka IESW. Predloga namreč uporabnika usmerja k pripravi načrta tveganj, jasni opredelitvi vlog in odgovornosti organizacijskega tima, določitvi meril za oceno uspešnosti, pripravi učinkovitega komunikacijskega načrta ter izdelavi časovnice s ključnimi mejniki dogodka in roki njihove izvedbe. Na podlagi rezultatov raziskave, ki je te vidike izpostavila kot poglobitve pomanjkljivosti organizacije IESW, lahko sklepamo, da bi uporaba predloge znatno olajšala tako pripravo kot tudi samo izvedbo dogodka.

7 ZAKLJUČEK

V nalogi smo s pregledom domače in tuje literature prikazali pomembnost trženja in promocije z vidika ozaveščanja (potencialnih) uporabnikov o obstoju visokošolske knjižnice in njenih storitev ter vzdrževanja obojestranskega odnosa z njimi. V tem kontekstu smo skušali predstaviti, kako lahko visokošolska knjižnica z organizacijo različnih dogodkov oblikuje atraktiven način za promocijo svojega osnovnega poslanstva in ustvarjanja pozitivne podobe o svojem delovanju ter delovanju matične institucije. Z dobro izvedenimi dogodki ohranja stik s ciljno publiko, kot so študenti, raziskovalci in profesorji ter sodeluje s širšo (akademsko) skupnostjo v slovenskem in mednarodnem prostoru.

Izhodiščna teza raziskave je bila, da lahko dobro organizacijo dogodkov zagotovimo s celostnim pristopom po načelih projektnega managementa. V prvem delu naloge smo s pomočjo pregleda temeljnih trženjskih konceptov utemeljili vidik razumevanja organizacije dogodkov ne le kot produkta trženjske aktivnosti, temveč tudi kot možno trženjsko pot in način trženjskega komuniciranja knjižnice. V drugem delu smo pokazali, da pristop po načelih projektnega vodenja omogoča dobro organizacijo dogodkov. Analizirali smo primere organizacije dogodkov pod okriljem CEK. V obravnavanih dogodkih smo izpostavili poglobitve elemente, faze in načela projektnega managementa, ki so bili ustrezno uporabljeni, in tiste, ki so umanjali oziroma so bili izvedeni pomanjkljivo.

Raziskavo smo izvedli s pomočjo kvalitativne metode polstrukturiranih intervjujev in kvantitativne metode ankete, s katerima smo želeli preučiti, kako dobro sodelujoči poznajo načela projektnega managementa in v kolikšni meri se načela že odražajo pri organizaciji knjižničnih dogodkov. Intervjuvanci so podali svoja videnja, razumevanja in vtise o

posameznih fazah organizacije dogodka, pri katerem so sodelovali. Izkazalo se je, da čeprav organizatorji knjižničnih dogodkov ne poznajo formalnih načel projektne managementa v celoti, jih pri svojem delu vsaj do neke mere vseeno že uporabljajo intuitivno. Ugotovili smo, da bi z bolj doslednim upoštevanjem načel projektne managementa in z boljšim poznavanjem vseh segmentov organizacije dogodka lahko prihranili čas, optimizirali delo, povečali zadovoljstvo vseh članov sodelujoče ekipe in samo izvedbo dogodkov še izboljšali. S tem bi v večji meri dosegali tudi poglobitni namen dogodkov, ki je promocija knjižnice in njenih storitev.

Na podlagi ugotovitev smo izdelali predlogo za organizacijo knjižničnih dogodkov in jo aplicirali na že izveden dogodek v CEK – IESW. Izkazalo se je, da bi uporaba predloge lahko pripomogla k učinkovitejšemu načrtovanju in izvedbi samega dogodka. Kljub temu, da je bila predloga ciljno zasnovana za uporabo v CEK, je primerna za uporabo tudi v ostalih visokošolskih knjižnicah, z nekaj modifikacijami pa tudi v drugih vrstah knjižnic.

Nadaljnja obravnava tematike in raziskovanja organizacije dogodkov kot promocijskega orodja knjižnice je vsekakor mogoča z nadgradnjo v smeri povečane uporabe kvantitativnih metod in z več pozornosti pri analizi zadovoljstva uporabnikov. Poleg tega bo mogoče s preverjanjem naše predloge slednjo še optimizirati in jo fokusno prilagajati potrebam dejanske uporabe.

8 NAVEDENI VIRI IN LITERATURA

Allan, B. (2017). *The no-nonsense guide to project management*. Facet Publishing.

<https://doi.org/10.29085/9781783302055>

Banjac, M. (2020). *Uvod v kvalitativne metode zbiranja podatkov: opazovanje, intervju in fokusna skupina*. Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani, Založba FDV.

[https://www.fdv.uni-lj.si/docs/default-source/zalozba/banjac-marinko---uvod-v-](https://www.fdv.uni-lj.si/docs/default-source/zalozba/banjac-marinko---uvod-v-kvalitativne-metode-zbiranja-podatkov-)

[kvalitativne-metode-zbiranja-podatkov-](https://www.fdv.uni-lj.si/docs/default-source/zalozba/banjac-marinko---uvod-v-kvalitativne-metode-zbiranja-podatkov-(final)f7d1c0304f2c67bc8e26ff00008e8d04.pdf)

[\(final\)f7d1c0304f2c67bc8e26ff00008e8d04.pdf">pdf](https://www.fdv.uni-lj.si/docs/default-source/zalozba/banjac-marinko---uvod-v-kvalitativne-metode-zbiranja-podatkov-(final)f7d1c0304f2c67bc8e26ff00008e8d04.pdf)

Flaherty, M. G. (2021). *Great library events: from planning to promotion to evaluation*.

Rowman & Littlefield.

Garoufallou, E., Siatri, R., Zafeiriou, G. in Balampanidou, E. (2013). The use of marketing concepts in library services: a literature review. *Library Review*, 62(4-5), 312–334.

<https://doi.org/10.1108/LR-06-2012-0061>

- Gomes, A., Palena-Hall, E., Abate, L., Sullo, E., Levett, P. in Wilcoxson, M. (2011). Connecting to our community: extending librarians' roles through collaboration. *Journal of Hospital Librarianship*, 11(2), 165–174.
<https://doi.org/10.1080/15323269.2011.558412>
- Gordon, V. S. in Higginbottom, P. C. (2016). *Marketing for special and academic libraries: a planning and best practices sourcebook*. Rowman & Littlefield.
- Guimaraes, A., Briggs, L., Clark, K., Tressler Jasper, W. in Wang, Z. J. (2021). State of project management in libraries. *Journal of Library Administration*, 61(6), 644–658.
<https://doi.org/10.1080/01930826.2021.1947055>
- Heagney, J. (2022). *Fundamentals of project management*. HarperCollins Leadership.
- Ivy, J. (2008). A new higher education marketing mix: the 7Ps for MBA marketing. *International Journal of Educational Management*, 22(4), 288–299.
<https://doi.org/10.1108/09513540810875635>
- Kennedy, J. C. (2011). How to plan a special event to promote the library. *Journal of Hospital Librarianship*, 11(3), 261–268.
<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/15323269.2011.586918>
- Konečnik Ruzzier, M. (2018). *Temelji trženja*. Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
- Kotler, P. (1996). *Marketing management: trženjsko upravljanje*. Slovenska knjiga.
- Kotler, P. in Lee, N. (2008). *Marketing in the public sector: a roadmap for improved performance*. Prentice Hall.
- Mahorčič, J. (2024). Razstavna dejavnost v Narodni in univerzitetni knjižnici: načrtovanje in izpeljava razstave. Knjižničarske novice. <https://knjiznicarske-novice.si/razstavna-dejavnost-v-narodni-in-univerzitetni-knjiznici-nacrtovanje-in-izpeljava-razstave/>
- Nagode, A. (2003). Promocijska dejavnost visokošolske knjižnice: primer Knjižnice oddelka za Bibliotekarstvo, informacijsko znanost in knjigarstvo. *Knjižnica*, 47(3), 131–161.
<https://journals.uni-lj.si/knjiznica/article/view/14065/12375>
- Pisanski, J. in Švab, K. (2021). Evaluating public library events using a combination of methods. *Libri*, 71(1), 65–75. <https://doi.org/10.1515/libri-2019-0149>
- Polger, M. A. in Okamoto, K. (2013). Who's spinning the library? Responsibilities of academic librarians who promote. *Library Management*, 34(3), 236–253.
<https://doi.org/10.1108/01435121311310914>

- Smith, D. A. (2011). Strategic marketing of library resources and services. *College & Undergraduate Libraries*, 18(4), 333–349.
<https://doi.org/10.1080/10691316.2011.624937>
- Snoj, B. in Gabrijan, V. (2015). *Marketing: konceptualne in celostne razsežnosti*. Založba Pivec.
- Stare, A. (2011). *Projektni management: teorija in praksa*. Agencija Poti.
- Strokovna priporočila in standardi za splošne knjižnice: (za obdobje 2018–2028)*. (2019). Zveza bibliotekarskih društev Slovenije.
- Strokovni standardi in priporočila za visokošolske knjižnice: (za obdobje od 1. junija 2021 do 31. maja 2030)*. (2021). Nacionalni svet za knjižnično dejavnost.
- Ulčakar, T. (2022). Načrtovanje trženja v visokošolski knjižnici: primer Centralne ekonomske knjižnice. *Knjižnica*, 66(3-4), 109–132.
<https://journals.unilj.si/knjiznica/article/view/13713/12022>
- Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta. (2024). *1. novelacija Strategije Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani 2023–2027* [Interni dokument].
- Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta. (b. d. a). *O fakulteti*. http://www.ef.unilj.si/o_fakulteti
- Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta. (b. d. b). *O knjižnici*. http://www.ef.unilj.si/cek/o_knjiznici
- Winston, M. D. in Hoffman, T. (2005). Project Management in Libraries. *Journal of Library Administration*, 42(1), 51–61. https://doi.org/10.1300/J111v42n01_03

Priloga 1: Vprašanja za izvedbo polstrukturiranega intervjuja

1. Ali lahko izpostavite glavni namen, cilje, ciljno publiko in obseg organizacije dogodka pri katerem ste sodelovali?
2. Lahko opišete vašo vlogo v organizaciji dogodka, v katerem ste sodelovali? Kakšne so bile vaše glavne naloge in odgovornosti pri načrtovanju in izvedbi dogodka.
3. Se vam zdi, da je bila dodeljena vloga za vas ustrezna? Ste se v zadanih nalogah počutili suverene? Menite, da bi lahko bila vaša vloga opredeljena bolj jasno?
4. Kako ste se (skupaj z ekipo) lotili načrtovanja vseh segmentov in priprave dogodka? Kako ste dogodek promovirali?
5. Kako ste (kot ekipa) zagotovili, da so bile vse naloge opravljene pravočasno?
6. Ali ste se med pripravo in načrtovanjem dogodka srečali s kakšnimi izzivi? Kako ste jih reševali?
7. Menite, da je bil kakšen vidik organizacije dogodka spregledan ali pa bi ta lahko bil bolje načrtovan?
8. Kako bi ocenili komunikacijo znotraj organizacijskega tima med načrtovanjem dogodka? Kako dobro je na splošno po vašem mnenju sodelovala ekipa? Ste pri tem uporabljali kakšna komunikacijska orodja, ki so se vam zdela še posebej koristna?
9. Kako ste pripravo dogodka upravljali (usklajevanje z rednimi delovnimi obveznostmi, postavitve prioritet pri delu, vodenje ekipe, slednje časovnici, nalogam in ciljem)?
10. Kako je bilo znotraj organizacije dogodka poskrbljeno, da je izvedba potekala po načrtu? Ali ste za ta namen uvedli redne sestanke ali kakšen drug način poročanja?
11. Je bila vloga, ki vam je bila dodeljena, znotraj vaše časovne razpoložljivosti in kompetenc?
12. Menite, da so bil glavni namen in cilji dogodka uspešno doseženi?
13. Kako ste posamezne cilje in izvedbo dogodka ocenjevali? Ste imeli za namen ocenjevanja imeli v naprej pripravljene kriterije?
14. Ste po izvedbi dogodka zbirali povratne informacije udeležencev dogodka in če ste je, na kakšen način ste jih zbirali? Kakšne povratne informacije ste prejeli?
15. Kako menite, da je izvedba dogodka vplivala na prepoznavnost EF, CEK, oziroma knjižničnih storitev CEK?
16. Kako bi na podlagi pridobljenih izkušenj in povratnih informacij lahko izboljšali organizacijo ali izvedbo prihodnjih knjižničnih dogodkov? Bi kaj spremenili, dodali ali opustili?

Priloga 2: Anketa

Na lestvici od 1 do 5 ocenite, v kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami, pri čemer ocena 1 pomeni sploh se ne strinjam, 5 pa popolnoma se strinjam:

1 – sploh se ne strinjam

2 – se ne strinjam

3 – deloma se strinjam

4 – se strinjam

5 – popolnoma se strinjam

- Za uspeh dogodka je ključno, da je njegov namen zelo jasno opredeljen. ____
- Temeljito načrtovanje dogodka je ključnega pomena za njegovo dobro izvedbo. ____
- Jasna opredelitev vlog in odgovornosti pomaga optimizirati postopek načrtovanja dogodkov. ____
- Prepoznanje možnih tveganj je pomembno za obvladovanje morebitnih izzivov med dogodki. ____
- Upoštevanje časovnega načrta je ključno za uspešno izvedbo dogodkov. ____
- Dobro sodelovanje in timsko delo sta ključna za uspešno organizacijo dogodka. ____
- Pri organizaciji prireditev sta pomembni prilagodljivost in agilnost. ____
- Pridobivanje povratnih informacij lahko izboljša izpeljavo prihodnjih dogodkov. ____
- Organizacija dogodkov v visokošolski knjižnici lahko predstavlja dober način za njeno promocijo, za promocijo njenih storitev ali matične institucije. ____
- Uporaba predloge, kjer so dobro razčlenjene faze, cilji in naloge znotraj projekta, bi olajšala pripravo dogodkov. ____

Priloga 3: Predloga za načrtovanje organizacije knjižničnega dogodka

PREDLOGA ZA NAČRTVANJE ORGANIZACIJE KNJIŽNIČNEGA DOGODKA				
SNOVANJE	Ime			
	Namen			
	Časovnica projekta			
	Obseg	Čas		
		Število udeležencev		
		Prostor		
		Proračun		
Ciljna publika				
Cilj				
NAČRTOVANJE	Kadri	Ime	Vloga	
	Zunanji deležniki			
	Ključni mejniki	Naziv	Rok	Kadri
Časovnica				
Tveganja				
Komunikacija				
IZVEDBA IN UPRAVLJANJE	Poročila	Naziv	Člani	Čas
	Sestanki	Naziv	Člani	Čas
	Popravki časovnice			
Promocija	Kanal	Ciljna publika	Obseg	
OCENJEVANJE	Feedback	Kanal	Obseg/izvedba	
	Kriteriji za oceno uspešnosti			