

Spis treści

Przedmowa	5
1. „Biblioteki dla młodych klientów” – projekt Fundacji Bertelsmanna	13
<i>Katarzyna Rejdak</i>	
2. Koncepcja marketingowa – fundament projektu	19
<i>Katarzyna Rejdak</i>	
3. Oferta	27
3.1. Elementy oferty dla młodzieży	27
<i>Anna Janus</i>	
3.2. Doradztwo zawodowe w „Mediatece”	35
<i>Urszula Zadorożna</i>	
3.3. Doradztwo zawodowe w „Planecie 11”	38
<i>Łukasz Ślusarczyk</i>	
3.4. Ludzie i media – biblioteki z punktu widzenia architektury	40
<i>Christian Schmitz</i>	
4. Dystrybucja i komunikacja	45
4.1. Promocja	45
<i>Elżbieta Józwowicz</i>	
4.2. Współpraca z mediami	49
<i>Danuta Pol-Czajkowska</i>	

5. Międzynarodowa współpraca młodzieży	53
5.1. „Wolontariat Europejski” i „Language Cafe” w „Mediatece” <i>Joanna Pawliczak i Dorota Surman</i>	53
5.2 „Planeta 11” – I just love it! <i>Joanna Podolak</i>	56
6. Organizacja i efektywne zarządzanie	61
6.1. Zasady wyboru i dokształcania zespołu <i>Jolanta Słowik</i>	61
6.2. Dobór zespołu na przykładzie „Planety 11” <i>Danuta Pol-Czajkowska</i>	69
6.3. Zarządzanie budżetem <i>Andrzej Ociepa i Jolanta Słowik</i>	72
7. Ewaluacja	77
7.1. Koncepcja ewaluacji i pierwsze wyniki w „Mediatece” <i>Anna Janus</i>	77
7.2. Pierwsze wyniki w „Planecie 11” <i>Elżbieta Józwowicz</i>	81
8. Podsumowanie i perspektywy	85
8.1. Cele strategiczne „Mediateki” <i>Jolanta Słowik</i>	85
8.2. Cele strategiczne „Planety 11” <i>Danuta Pol-Czajkowska</i>	89
8.3. Podsumowanie z punktu widzenia Fundacji Bertelsmanna <i>Katarzyna Rejdak</i>	92
Spis autorów	95