

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**  
**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**  
**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**  
**«КРЫМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРЫ, ИСКУССТВ И ТУРИЗМА»**  
**(ГБОУВОРК «КУКИИТ»)**  
**ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**  
**Кафедра туризма**

**УТВЕРЖДЕНО**  
на заседании Учебно-  
методического совета  
от «24» 05 2022 г.,  
протокол № 6

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.01 МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ БИБЛИОТЕЧНО-  
ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки

**51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность**

Профиль подготовки

**Библиотечно-информационное обеспечение потребителей информации**

**Квалификация выпускника: Бакалавр**

Нормативный срок освоения

**Основной профессиональной образовательной программы 4 года / 5 лет**

**Форма обучения: очная/заочная**

**Симферополь, 2022**

Рабочая программа дисциплины **Б1.В.01 Менеджмент и маркетинг библиотечно-информационной деятельности** для студентов по направлению подготовки **51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность, Профиль подготовки Библиотечно-информационное обеспечение потребителей информации** разработана в соответствии с Основной профессиональной образовательной программой, утвержденной Ученым советом ГБОУВОРК «КУКИИТ» от 31.03.2012 г., протокол № 4, разработанной на основе ФГОС ВО по направлению подготовки **51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06 декабря 2017 г. № 1181.

Рабочая программа дисциплины разработана:

Викторий преподаватель

Бурасу Т.О.

Бурасу

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Туризма

от «29» 04 2012 г., протокол № 10  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

#### ПРЕДСТАВИТЕЛИ РАБОТОДАТЕЛЯ

Государственное бюджетное  
учреждение культуры Республики Крым  
«Крымская республиканская  
универсальная научная библиотека  
им. И. Я. Франко»  
Директор



(М.П.)

\_\_\_\_\_ /Е. В. Ясинова/

Государственное бюджетное образовательное  
учреждение дополнительного образования  
Республики Крым «Дворец детского  
и юношеского творчества»  
Директор

(М.П.)

\_\_\_\_\_ /В. А. Паутова/

Согласовано с Учебно-методическим советом ГБОУВОРК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

Протокол № 6 от «24» 05 2012 г.

Председатель \_\_\_\_\_ Л.Ф. Ващенко

## Цели и задачи дисциплины

### Цель дисциплины:

Целью преподавания дисциплины «Менеджмент и маркетинг библиотечно-информационной деятельности» является теоретико-практическая подготовка обучающихся в области управления библиотечно-информационной деятельностью на основе принципов и закономерностей менеджмента; подготовка обучающихся в области организации маркетинга библиотечно-информационной деятельности.

### Задачи дисциплины:

*подготовить* специалистов, владеющих умениям и навыкам в области теории и практики управления библиотекой;

*сформировать* мировоззрения, соответствующего закономерностям и принципам библиотечно-информационной деятельности;

*приобщить* к изучению овладением методами стратегического планирования, организации, анализа, мотивации библиотечно-информационной деятельности;

*дать представление* о возможностях и перспективах менеджерской деятельности в библиотечно-информационных учреждениях с учетом существующего правового пространства.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зачётных единиц, 180 часов (5 семестр – 108 час, 6 семестр – 72 часа).

Для очной формы обучения аудиторные занятия – 54 часа, самостоятельная работа – 54 часа.

Для заочной формы обучения аудиторные занятия – 56 часа, самостоятельная работа – 116 часов, промежуточная аттестация – 8 часов.

### 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций обучающихся по направлению подготовки **51.03.06** Библиотечно-информационная деятельность:

Шифр и содержание компетенции	знать	уметь	владеть
УК-2: способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;	теоретические основы библиотечного менеджмента и маркетинга, этапы развития менеджмента и маркетинга как научной дисциплины, причины и следствие применения менеджмента и маркетинга в управлении библиотекой;	использовать знания в области менеджмента и маркетинга в деятельности библиотечно-информационных учреждений; использовать международные библиотечные и информационные программы;	технологией организации библиотечно-информационной деятельности, создания оптимальных организационных структур управления библиотекой; инструментарием внутреннего маркетинга.

ПК-2: готов к выявлению и изучению информационных потребностей и качественному удовлетворению запросов и потребностей пользователей услуг в процессе библиотечно-информационного обслуживания;	основные понятия и категории библиотечно-информационного менеджмента и маркетинга; основные элементы системы маркетинговых коммуникаций с позиций их назначения и использования в библиотечно-информационной практике;	моделировать комплекс маркетинга в библиотеках различных типов и видов; сформировать систему адаптационного управления в библиотечно-информационных учреждениях;	основными методами научных исследований, используемыми в науках библиотечно-информационного цикла; навыками удовлетворять требования потребителей информации;
ПК-5: готов к разработке и предоставлению перспективного ассортимента библиотечно-информационных услуг и продуктов, электронных информационных ресурсов для различных групп пользователей;	принципы реализации управленческих функций в условиях библиотеки; основные элементы системы маркетинговых коммуникаций с позиций их назначения и использования в библиотечно-информационной практике;	осуществлять основные функции управления библиотекой – планирование, организацию, мотивацию, контроль, персонал-стратегию, коммуникацию;	методикой реализации управленческих функций с учетом особенностей функционирования современной библиотеки;
ПК-13: готов к организации системы маркетинга и менеджмента библиотечно-информационной деятельности и участию в управленческой профессионально-производственной деятельности.	направления и способы реализации маркетинговых исследований; основы организации, способы и средства получения, хранения и переработки управленческой информации.	обеспечивать реализацию маркетингового подхода в деятельности библиотеки, осуществлять функции его планирования и контроля; разрабатывать концепции, программы, проекты, планы библиотечно-информационной деятельности.	методикой реализации управленческих функций с учетом особенностей функционирования современной библиотеки; современными методами маркетинга профессиональной деятельности.

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Код УД ОПОП	Учебный блок
Б1	Дисциплины (модули)
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
Б1.В. 01	Менеджмент и маркетинг библиотечно-информационной деятельности

**3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

**Для очной формы обучения**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры							
		1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Аудиторные занятия (Ауд) (всего)</b>	<b>180</b>					54	54		
в том числе									
Лекции (Лек)	36					18	18		
Практические занятия (Пр)	72					36	36		
Индивидуальные занятия (Инд)									
<b>Самостоятельная работа обучающихся (СРО) (всего)</b>	<b>72</b>					54	18		
<b>Промежуточная аттестация</b>									
Зачет (Зач)						+			
Зачет с оценкой (Зач.О)							+		
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>5 з.е.</b>	<b>180</b>				<b>108</b>	<b>72</b>		

**Для заочной формы обучения**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры							
		1	2	3	4	5	....	9	10
<b>Аудиторные занятия (Ауд) (всего)</b>	<b>56</b>							24	32
в том числе									
Лекции (Лек)	28							12	16
Практические занятия (Пр)	28							12	16
Индивидуальные занятия (Инд)									
<b>Самостоятельная работа обучающегося (СРО) (всего)</b>	<b>116</b>							80	36
<b>Промежуточная аттестация</b>									
Зачет (Зач)	4							4	
Зачет с оценкой (Зач.О)	4								4
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>5 з.е.</b>	<b>135</b>							

**4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества астрономических часов и видов учебных занятий**

**4.1 Содержание разделов дисциплины, структурированное по темам**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание дисциплины по темам
1.	Теоретические основы менеджмента библиотечно-информационной деятельности	<p><b>Тема 1.Эволюция менеджмента как научной дисциплины.</b></p> <p>Эволюция менеджмента. Этапы развития менеджмента. Школы управления. Ранний менеджмент - Роберт Оуэн. Родоначальник школы научного управления - американский исследователь Фредерик Тейлор - четырех основных положения научного управления. Основополагающие организационные принципы, разработанные Ф. Тейлором и его последователями (Г. Ганттом, Ф. Гилбреттом, Л. Гилбреттом, Х. Мюнстербергом, Х. Эмерсоном). Модели внутренних процессов. Школа бюрократического</p>

менеджмента. М. Вебер - создатель бюрократической системы управления. Административная (классическая) школа. Пять элементов определения менеджмента по Анри Файолю. Принципы управления.

Школа человеческих отношений М. Фоллетт. Последователи: Э. Мейо, А. Маслоу. Школа поведенческих наук (бихевиористическая школа). Крупнейшие представители поведенческой школы К. Арджирис, Р. Лайкерт, Д. Макгрегор, Ф. Герцберг. Количественный подход как школа менеджмента. Процессный подход. Менеджмент включает пять функций: предвидение и планирование, организацию, распоряжение, координацию, контроль. Информационно-библиотечный менеджмент рассматривает процессный подход в качестве классической концепции управления.

Системный подход. Традиционное понимание системы (человек, машина, коллектив и т. д.). Р. Джонсона, Ф. Каста, Д. Розенцвейла, С. Оптнера, С. Янга, Дж. Риггса, М. Х. Мескона и др. Системообразующие факторы. Особенность социальных систем.

Ключевые особенности современной системы взглядов на менеджмент Ситуационный подход. Современные модели менеджмента. Комплексный и системных подход. Сравнительные особенности моделей американского и японского менеджмента.

**Тема 2. Формирование концепции менеджмента библиотечно-информационной деятельности.**

Зарождение концепции менеджмента в библиотечном деле России. Этапы формирования концепции библиотечного менеджмента: зарождение библиотечного менеджмента, создание новых оснований управления библиотекой как науки, диверсификация.

Основные положения старой и новой парадигмы. Сравнительный анализ старой и новой парадигмы управления библиотечной деятельностью в России. Методологические основы менеджмента библиотечно-информационной деятельности. Менеджмент как самостоятельная область знаний, наука, имеющая свой

		<p>предмет, свои специфические проблемы и подходы к их решению в XX в.. Дисциплина менеджмент как совокупностью эмперических знаний и широким спектром концепций, раскрывающих и моделирующих различные аспекты управленческой деятельности.</p> <p>Специфика библиотечного менеджмента как теоретической дисциплины. Диверсификация менеджмента библиотечно-информационной деятельности. Общенаучные виды классификации в менеджменте: деление общего и разделение целого. Принципы менеджмента: единства критерия, соразмерности деления явлений и понятий, альтернативности, многоступенчатости, полноты классификации. Типология менеджмента Э. М. Коротковым - дуалистический подход к выделению типов управления; многокритериальный подход.</p> <p>Нормативное управление. Социально-регулируемое управление. Типы управления: высокоцентрализованное управление; децентрализованное управление; гибкое управление, построенное на процессах делегирования полномочий; ситуационное управление, в котором полномочия на принятие решений распределены в зависимости от возможных ситуаций.</p> <p><b>Тема 3. Управление развитием библиотеки</b></p> <p>Основополагающее понятие менеджмента — организация. Признаки организации. Обязательные требования, предъявляемые к созданию организации. Основные характеристики библиотеки как организации: наличие ресурсов, зависимость от внешней среды, горизонтальное разделение труда, структурные подразделения, вертикальное разделение труда. Теория жизненного цикла развития системы. Этапы развития системы по Б. З. Мильнеру.</p> <p>Стадии жизненного цикла организации: рождение, детство, отрочество, ранняя зрелость, расцвет сил, полная зрелость, старение, обновление.</p> <p>Объективные законы и закономерности, определяющие динамику функционирования библиотеки. Закономерности создания библиотеки. Два уровня законов организации. Первый уровень основополагающих законов библиотеки как организационной системы: закон развития, закон синергии и закон самосохранения. Второй уровень: закон информированности, упорядоченности, закон единства анализа и синтеза, закон композиции и пропорциональности, специфические законы библиотеки как социальной организации. Практический подход к анализу и синтезу библиотеки. Организационные принципы: принцип приоритета цели, приоритет функций над структурой, принцип приоритета структур над функциями, принцип приоритета субъекта управления над объектом, принцип приоритета объекта управления над субъектом, принципы соответствия.</p>
--	--	--

		<p><b>Тема 4. Правовое регулирование библиотечно-информационной деятельности.</b></p> <p>Источники библиотечного права. Предмет правового регулирования информационного права. Библиотечное право. Субъекты правоотношений библиотечного права. Источники библиотечного права. Источники правовой регламентации библиотечно-информационной деятельности. Законодательная поддержка библиотечно-информационной деятельности. Юридическая основа функционирования библиотек: Гражданский кодекс Российской Федерации, Бюджетный кодекс Российской Федерации, Уголовный кодекс Российской Федерации, Федеральный закон «О некоммерческих организациях», Законы «О защите прав потребителей», «О рекламе», «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях». Смежные с библиотечным делом законы: Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», Федеральный закон «Об архивном деле в Российской Федерации», Федеральный закон «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации», Закон РФ «Основы законодательства Российской Федерации о культуре», Федеральный закон «О библиотечном деле».</p> <p>Локальное нормативное сопровождение деятельности библиотеки. Комплекс («пакет») внутренней нормативной документации библиотеки. Учредительные документы (Устав/Положение). Правила пользования библиотекой. Правилах внутреннего трудового распорядка библиотеки. Коллективный договор, Положение об оплате труда и/или материальных выплатах сотрудникам библиотеки. Организационно-правовое регулирование трудовых отношений в библиотеке. Система локальных нормативных актов библиотеки, содержащих нормы трудового права и регулирующих трудовые отношения: Устав/Положение о библиотеке (ст. 9, 20 ТК РФ); Правила внутреннего трудового распорядка (ст. 91, 189—191 ТК РФ); Положение об оплате труда. Могут быть отдельно: Положение о фонде оплаты труда, Положение о материальном стимулировании сотрудников, Положение о надбавках к должностным окладам за выслугу лет и т. п.); Штатное расписание; Положения о структурных подразделениях библиотеки; Трудовые договоры (ст. 9, 36-84 ТК РФ); Должностные инструкции; График отпусков (ст. 123 ТК РФ); График посменной работы (ст. 103 ТК РФ); Приказы директора (ст. 68, 84 ТК РФ).</p>
--	--	---



		<p><b>Тема 5. Менеджмент качества информационно-библиотечной деятельности.</b></p> <p>Методологические подходы к преобразованию библиотеки на основе менеджмента качества. Стандарт ИСО 8402 определяет содержание современного менеджмента качества. Философия менеджмента качества. Принципы менеджмента качества в соответствии со стандартом ИСО 9000:2000: ориентация на потребителя, лидерство руководителя, вовлечение сотрудников, процессный подход, системный подход к менеджменту, постоянное улучшение, принятие решений, основанных на фактах, взаимовыгодные отношения с поставщиками.</p> <p>Подходы по внедрению философии менеджмента качества в деятельность библиотек. Заинтересованные стороны библиотеки. Действия по вовлечению персонала. Основные элементы процесса управления персоналом. Формы мотивации сотрудников библиотеки. Модель процесса. Последовательность действия при проектировании нового для библиотеки процесса. Документирование процессов. Алгоритм выявления и описания процессов. Модель процесса менеджмента качества. Набор систематизированных вопросов совершенствования процессов. Процедуры организации и поддержания порядка. Самооценка и национальные премии по качеству как инструменты реализации менеджмента качества в библиотечной деятельности. Основные направления в менеджменте качества: сертификация систем качества на соответствие стандартам ИСО серии 9000; самооценка внутрифирменного менеджмента на основе моделей национальных или международных премий по качеству. Наиболее известные престижные премии по качеству. Преимущества при проведении самооценки.</p> <p>Европейский фонд управления качеством (ЕФУК). «Модели совершенства ЕФУК и общественный сектор». Премия Правительства Российской Федерации в области качества (ПК). Схема самооценки менеджмента качества библиотеки. Модель самооценки по качеству деятельности библиотеки и ее услуг. Методы проведения самооценки. Метод имитации участия в конкурсе на соискание премии Правительства РФ в области качества. Метод проформы. Метод использования матрицы (таблицы). Метод самооценки, основанный на проведении рабочего совещания. Метод привлечения экспертов. Метод самооценки на основе анкеты. Метод экспресс-самооценки.</p>
2.	Стратегическое управление библиотечно-информационной деятельностью	<p><b>Тема 6. Концепция и этапы стратегического управления.</b></p> <p>Сущность и значение стратегического управления. Понятие стратегии. Сущность стратегического управления. Этапы формирования принципов стратегического управления. Набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности. Эволюция систем управления. Хронологическая классификация становления и развитие стратегического менеджмента.</p>

		<p>Классификация в книге Генри Минцберга, Брюса Альстрэнда и Джозефа Лэмпела «Школа стратегий» - в понимании стратегии «5П». План как будущий результат, ориентир, направление развития на базе прогноза. Принцип поведения как реально осуществляемая модель поведения. Позиция, т. е. реальное положение во внешней среде. Перспектива, рассматриваемая как позитивное будущее организации. Прием, т. е. особый маневр в конкурентной борьбе. Десять основных научных школ и данные определения, описывающие парадигмы, принципиальное видение их сторонниками стратегического управления как процесса: Школа дизайна. Школа планирования. Школа позиционирования. Школа предпринимательства. Когнитивная школа. Школа обучения. Школа власти. Школа культуры. Школа внешней среды.</p> <p>Разработка стратегических направлений развития библиотеки. Миссия публичной библиотек. Формула миссии по Х. Виссему: «Миссия = Образ + Кредо». Основа: репутация библиотеки среди населения, имидж, который библиотека хочет обеспечить себе. Составляющие миссию организации: название и статус, виды информационно-библиотечной деятельности и услуги, стратегический ориентир, заинтересованные группы, основы жизнедеятельности. Ключевые пространства, в рамках которых каждая библиотека определяет свои цели: положение во внешней среде, инновации, эффективность, ресурсы, управленческие аспекты, персонал, социальная ответственность. Два основных подхода к способам установления целей. Диагностический этап стратегического управления. Оценка функциональных зон деятельности для выявления сильных и слабых сторон. Метод СВОТ. Этап выбора стратегии. стратегия концентрированного роста, стратегия интегрированного роста, Стратегия диверсифицированного роста, стратегия сокращения.</p> <p>Компоненты реализации стратегии. Основные компоненты выполнения стратегии: тактика, политика, процедуры, правила. Оценка и контроль реализации стратегии.</p>
--	--	---

		<p><b>Тема 7. Основы управления проектами в библиотечной деятельности</b></p> <p>Особенности проектной деятельности библиотек. Предпосылки для наиболее благоприятной и эффективной работы с проектами: ликвидация планово-распределительной системы, формирование правового регулирования; децентрализация управления; определенные изменения в психологии управленцев и развитие компьютерных программ. Анализ состояния библиотечной деятельности на фоне социально-экономического реформирования. Соотношение понятий «проект» и «управление проектами», как особых форм моделирования различных систем деятельности.</p> <p>Федеральные целевые программы в области библиотечного дела. Федеральная целевая программа «Культура России». Создание и развитие общероссийской информационно-библиотечной компьютерной сети «ЛИБНЕТ» (федеральные и региональные библиотеки). Реализация национальной программы сохранения библиотечных фондов Российской Федерации. Приобретение особо ценной, научной и методической литературы, повышение качественного состава и эффективности расходов при комплектовании фондов для российских библиотек. Осуществление комплекса мер по адаптации знаний и навыков библиотечных работников к новым требованиям путем проведения семинаров, курсов, конференций (региональных, общероссийских и международных), в том числе, в федеральных и региональных библиотеках. Комплектование и обеспечение специальными техническими средствами библиотек для слепых. Организации работы библиотек по информационной поддержке органов государственной власти, содействию местному самоуправлению, а также по осуществлению правовой реформы. Безопасность музейных и библиотечных фондов. Иерархия организационных систем в библиотечной сфере. Классы проектов в библиотечном деле. Классификация проектов по признаку масштабности, предполагающая деление на мегапроекты, мультипроекты, монопроекты. Международные проекты, отличающиеся значительной сложностью и высокой стоимостью. Пилотный проект. Инвестиционный проект. Информационный проект. Стратегические проекты. Маркетинговые проекты. Организационные проекты. Корпоративные и партнерские проекты. Образовательные проекты. Социальные проекты. Проекты, специализирующиеся на организации повышения квалификаций <i>решают проблемы налаживания процесса непрерывного образования</i>. Культурно-досуговые проекты. Жизненный цикл проекта. Основные характеристики процесса осуществления проекта. Концепция или разработка идеи. Резюме проекта. Разработка проекта. Реализация проекта. Завершение проекта.</p>
--	--	---

		<p><b>Тема 8. Управленческий контроль в системе информационно-библиотечного менеджмента.</b></p> <p>Теоретические основы управленческого контроля. Аспекты контроля — организационный, методический, технический. Факторы контроля. Предмет учета. Социально-экономический анализ. Формы проявления контроля. Объект контроля.</p> <p>Виды контроля: предварительный, текущий и итоговый. Направления контроля. Управленческий контроль. Внешний контроль. Признаки внешнего контроля. Стратегический и оперативный контроль. Контроль ресурсов. Внутрибиблиотечный технологический контроль. Контроль исполнения управленческих решений. Финансовый контроль. Документальная проверка. Организация системы контроля в библиотеке. Ключевые моменты организации контрольной деятельности. Понятие контроля как процесса. Этапы процесса контроля: создание стандартов, измерение фактического результата исполнения, определение масштаба допустимых отклонений Поведенческие аспекты контроля.</p>
3.	<p><b>Теоретические основы маркетинга библиотечно-информационной деятельности</b></p>	<p><b>Тема 9. Сущность и социальные основы маркетинга</b></p> <p>Возникновение маркетинга. Понятие «маркетинг». Понятие маркетинга. Сущность маркетинга.</p> <p>Сущность, функции и цели маркетинга. Теория А. Маслоу. Понятие библиотечного маркетинга. Задачи маркетинга. Структурно-логическая схема маркетинга. Типы и виды маркетинга. Функции маркетинга. Выбор вариантов маркетинга. Принципы классического маркетинга. Характерные особенности маркетинговой деятельности библиотечно-информационных учреждений.</p> <p>Методологические проблемы библиотечного маркетинга.</p> <p>Маркетинг как вид деятельности. Концепции маркетинга: совершенствования производства, совершенствования товара, интенсификации коммерческих усилий, целевого маркетинга и социально-этического маркетинга.</p> <p><b>Тема 10. Библиотека в системе некоммерческого маркетинга</b></p> <p>Некоммерческий маркетинг как вид деятельности. Основные направления некоммерческого маркетинга. Предпосылки возникновения некоммерческого маркетинга. Функции менеджмента информационно-библиотечной деятельности. Социальный эффект в некоммерческом маркетинге. Специализированная маркетинговая служба библиотеки. Основные направления деятельности: библиотечного маркетинга; инноваций и библиотечного маркетинга; библиотечного маркетинга и инновационно-методической деятельности; маркетинга и новых технологий; экономического анализа и библиотечного маркетинга; маркетинга и координации; маркетинга и рекламы; маркетинга и паблик рилейшнз; маркетинга и досуга и др. Положения о профильных специализированных подразделениях библиотек. Основные задачи и направления работы. Службы библиотечно-информационного маркетинга. Факторы, которые необходимо применять в классических</p>

	<p>принципах организации маркетинговой службы по функциональному признаку: внутренние и внешние условия (ситуацию); назначение и цели (стратегию); пути и средства реализации (тактику); финансовые затраты (бюджет).</p>
	<p><b>Тема 11. Маркетинговая среда библиотеки.</b></p> <p>Специфические особенности маркетинговой среды библиотеки. Понятие маркетинговой среды библиотеки. Микросреда. Макросреда. Система взаимодействия библиотеки с маркетинговой средой. Контролируемые факторы взаимодействия библиотеки с маркетинговой средой. Неконтролируемые взаимодействия библиотеки с маркетинговой средой. Адаптация. Управляющее воздействие. Тенденция.</p> <p>Макросреда библиотеки, ее основные факторы. Факторы макросреды: демографические, экономические, природные, научно-технические, политико-правовые и социально-культурные. Основные научно-технические факторы макросреды, влияющие на деятельность библиотеки: темпы технологических изменений; тенденции в развитии науки и технологий; инновационный потенциал библиотеки и ее ближайших конкурентов; участие государства в научно-технических исследованиях. Политико-правовые факторы: состояние законодательства по регулированию библиотечной деятельности; государственная библиотечная политика; влияние общественных структур на решения, принимаемые государственными органами. Микросреда библиотеки и ее основные элементы. Составляющие микросреды: библиотека, поставщики, маркетинговые посредники, пользователи библиотеки, продукция/услуги-конкуренты при реализации потребностей, контактные аудитории. Элементы составляющих микросреды. Основные типы контактных аудиторий.</p>
	<p><b>Тема 12. Библиотечные услуги в концепции маркетинга.</b></p> <p>Библиотечная продукция: специфические особенности в контексте маркетинга. Понятие библиотечной продукции. Особенностью библиотечной продукции. Специфика библиотечного продукта. Жизненный цикл платного библиотечного продукта. Понятие библиотечной услуги. Специфические особенности библиотечной услуги. Ассортимент библиотечных продуктов и услуг. Управление ассортиментом. Состав библиотечно-информационных услуг. Выпуск библиотеками научно-аналитических продуктов. Прибиблиотечные услуги. Консалтинговые, образовательные услуги. Досуговые услуги. Издательско-полиграфические услуги. Рекламные и посреднические услуги. Критерии управления ассортиментом библиотечных продуктов и услуг. Процесс совершенствования продуктов/услуг. Жизненный цикл библиотечных продуктов и услуг. Концепция жизненного цикла продукта/услуги.</p>

		<p><b>Тема 13. Маркетинговые исследования в библиотеке</b></p> <p>Сущность и процесс маркетингового исследования. Основные задачи маркетинговых исследований в библиотеке. Требования, предъявляемые к процессу маркетингового исследования. Исследовательская структура маркетингового исследования. Основные этапы маркетингового исследования: определение проблемы; разработка плана исследования; сбор данных; анализ собранных данных и их интерпретация; обобщение результатов и подготовка отчета; принятие маркетингового решения. Методы сбора информации при проведении исследований. Качественные и количественные методы сбора информации. Изучение мнений экспертов как метод маркетингового исследования. Организация бесед в фокус-группах. Использование проекционного метода. Метод семантического дифференциала. Сбор первичных данных. Каналы получения первичной информации: опросные мероприятия (анкетирование, интервью), регистрация и эксперименты. Маркетинговые исследования пользователей Интернет.</p>
4.	<b>Библиотечное обслуживание в системе маркетинга услуг</b>	<p><b>Тема 14. Планирование маркетинговых мероприятий</b></p> <p>Стратегическое планирование: понятие, этапы. Стратегический план. Реализация идеи стратегического планирования. Этапы стратегического планирования: создание стратегического плана (макропланирование), процесс управления маркетингом (микропланирование) и контроль за осуществлением маркетинговых мероприятий. Создание стратегического плана (макропланирование). Основные элементы стратегического плана и их взаимодействие. Составляющие стратегического планирования: миссия, стратегические цели, стратегический аудит, SWOT-анализ, анализ приор-портфеля и определение стратегии. Построение “дерева целей”. Стратегический аудит. Основные элементы стратегического аудита. Внешний аудит. Внутренний аудит: аудит основных операций, поддерживающий аудит, аудит финансово-экономической деятельности. Стратегия. Стратегия интенсивного роста. Стратегия интеграционного роста. Стратегия диверсификационного роста. Процесс управления маркетингом (микропланирование). Структура стратегического плана. Тактика. Политика. Процедура. Правила. Контроль за осуществлением маркетинговых мероприятий в библиотеке. Этапы контроля маркетинга. Бизнес-планирование. Бизнес-план. Задачи бизнес-плана. основные направления бизнес-плана. Виды бизнес-плана. Структура бизнес-плана.</p>

		<p><b>Тема 15. Ценовая политика библиотеки</b></p> <p>Содержание ценовой политики библиотеки. Ценообразование. Нормативно-правовые документы по ценообразованию. Социально-ориентированный механизм ценообразования. Рыночный механизм ценообразования. Правовой режим предпринимательской деятельности в условиях библиотеки. Платные услуги. Исходные методологические требования для отнесения тех или иных услуг к платным. Номенклатура оказываемых пользователям платных услуг. Этапы введения платных услуг. Себестоимость. Социальные и творческие заказы (СТЗ). Смысл формирования СТЗ в сфере культурного обслуживания населения. Дополнительные доходы от предпринимательской деятельности. Ценовая политика библиотеки.</p> <p>Этапы разработки ценовой политики библиотеки: постановка целей и задач ценообразования; анализ цен на рынке; выявление факторов, определяющих эффективность ценовой политики; выбор метода ценообразования; аргументирование и реализация ценовой стратегии.</p> <p>Методы установления цен на библиотечно-библиографическую продукцию. Метод установления цены на основе себестоимости (себестоимость плюс надбавка (прибыль)). Метод установления цены с ориентацией на спрос. Метод с ориентацией на уровень конкуренции.</p> <p>Ценовая стратегия библиотеки. Виды стратегии ценообразования: установление цены на новую продукцию, установление цен со скидками, дискриминационное ценообразование (ценовая дифференциация).</p> <p><b>Тема 16. Коммуникационная политика библиотеки</b></p> <p>Маркетинговые коммуникации библиотеки: понятие, цели, функции, инструменты. Инструменты маркетинговых коммуникаций библиотеки: рекламы, паблик рилейшнз (связи с общественностью), персональной продажи и стимулирования сбыта. Библиотечная реклама: функции и технология. Функции библиотечной рекламы. Цель библиотечной рекламы. Требования к библиотечной рекламе. Принципы рекламной деятельности библиотеки. Этапы рекламной деятельности библиотеки: постановка задач рекламной деятельности; разработка рекламного обращения; выбор средств распространения библиотечной рекламы; определение бюджета на рекламу; оценка эффективности рекламной деятельности библиотеки. Престижная реклама библиотеки. Компоненты фирменного стиля библиотеки. Выбор средств распространения библиотечной рекламы. Определение бюджета на рекламу. Оценка эффективности рекламной деятельности библиотеки.</p> <p>Паблик рилейшнз: понятие, цели, функции, инструменты. Средства привлечения внимания к деятельности библиотеки. Персональная продажа. Стимулирование сбыта продукции и услуг библиотеки. Стимулирование сбыта. Этапы сбытовой кампании. Приемы содействия увеличению объема</p>
--	--	---

	<p>потребления услуг.</p> <p><b>Тема 17. Фандрейзинг в библиотеке</b>          Приемы и методы (тактика) фандрейзинга. Благотворительность в библиотечном деле. Формы благотворительной помощи библиотеке: безвозмездная передача материальных ценностей и имущественных прав (дары/пожертвования); предоставление невозвратных целевых материальных ресурсов; передача на льготных условиях объектов собственности (в частности, оборудования, интеллектуальной продукции); публичные акции по сбору средств (благотворительные выставки, аукционы /распродажи, концерты, издательские проекты, теле- и радиомарафоны и пр.); добровольный безвозмездный труд (волонтерство); комплексная организационно-финансовая поддержка и защита (лоббирование) интересов (попечительство/патронаж). Термин «грант». Алгоритм взаимодействия библиотеки с потенциальным инвестором (грантовым фондом). Формы спонсорской поддержки библиотеки и ее сотрудников. Эффективные приемы фандрейзинга. Периодические выставки даров библиотеки. Наклейка/проставка специальных именных экслибрисов на передаваемых в дар библиотеке книгах. Комплексные фандрейзинговые мероприятия, в частности День дарителя/День дарения.</p> <p><b>Тема 18. Маркетинговое подразделение в структуре управления библиотекой</b>          Цели и задачи подразделения маркетинга библиотеки. Задачи подразделения маркетинга библиотеки. Функции подразделения маркетинга библиотеки. Структура и подчиненность подразделения маркетинга библиотеки. Регламентация деятельности подразделения маркетинга библиотеки. Положение об отделе библиотечного маркетинга. Должностные инструкции.</p>
--	---

#### 4.2 Разделы дисциплин с указанием отведенного на них количества астрономических часов и видов учебных занятий (очная форма обучения/заочная форма обучения)

Наименование раздела, темы дисциплины	Количество часов				
	очная форма/ заочная форма				
	всего	в том числе			
		Лек	Пр.	СРО	Контроль
<b>Раздел 1. Теоретические основы менеджмента библиотечно-информационной деятельности</b>	<b>108/108</b>	<b>18/12</b>	<b>36/12</b>	<b>54/80</b>	
Тема 1. Эволюция менеджмента как научной дисциплины.	14/14	2/2	4/0	6/10	
Тема 2. Формирование концепции менеджмента библиотечно-информационной деятельности.	14/14	2/2	4/2	6/10	
Тема 3. Управление развитием библиотеки	14/14	2/2	4/2	6/10	
Тема 4. Правовое регулирование библиотечно-информационной деятельности.	16/16	4/2	4/2	6/10	



Тема 5. Менеджмент качества информационно-библиотечной деятельности.	14/14	2/0	4/2	6/10	
<b>Раздел 2. Стратегическое управление библиотечно-информационной деятельностью</b>					
Тема 6. Концепция и этапы стратегического управления.	12/12	2/2	4/0	8/10	
Тема 7. Основы управления проектами в библиотечной деятельности	14/12	2/2	6/2	8/10	
Тема 8. Управленческий контроль в системе информационно-библиотечного менеджмента.	12/8	2/0	6/2	8/10	
Промежуточная аттестация (зачет)	+/4				+/4
<b>Итого по 5/9 семестру</b>	<b>108/108</b>	<b>18/12</b>	<b>36/12</b>	<b>54/80</b>	<b>108/108</b>
<b>Раздел 3. Теоретические основы маркетинга библиотечно-информационной деятельности</b>	<b>72/72</b>	<b>18/16</b>	<b>36/16</b>	<b>18/36</b>	<b>+/4</b>
Тема 9. Сущность и социальные основы маркетинга	8/8	2/2	4/0	2/6	
Тема 10. Библиотека в системе некоммерческого маркетинга.	8/8	2/2	4/2	2/4	
Тема 11. Маркетинговая среда библиотеки.	8/8	2/2	4/2	2/4	
Тема 12. Библиотечные услуги в концепции маркетинга.	8/8	2/0	4/2	2/6	
Тема 13. Маркетинговые исследования в библиотеке.	8/8	2/2	4/2	2/4	
<b>Раздел 4. Библиотечное обслуживание в системе маркетинга услуг</b>					
Тема 14. Планирование маркетинговых мероприятий.	8/8	2/2	4/2	2/4	
Тема 15. Ценовая политика библиотеки.	8/8	2/2	4/2	2/4	
Тема 16. Коммуникационная политика библиотеки.	8/4	2/2	4/2	2/0	
Тема 17. Фандрейзинг в библиотеке.	3/3	2/2	2/2	0/0	
Тема 18. Маркетинговое подразделение в структуре управления библиотекой.	3/3	0/0	2/0	2/4	
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)	+/4				+/4
<b>Итого по 6/10 семестру</b>	<b>72/72</b>	<b>18/16</b>	<b>36/16</b>	<b>18/36</b>	<b>+/4</b>
<b>Итого часов</b>	<b>180/180</b>	<b>36/28</b>	<b>72/28</b>	<b>72/116</b>	<b>+/8</b>

## 5.4. Содержание программы по темам и видам занятий

### 5.4.1. Содержание программы по темам и видам занятий для очной формы обучения

№ п/п	Тема	Кол-во часов	Виды учебных занятий и учебные вопросы
1	2	3	4
1.	<b>Эволюция менеджмента как научной дисциплины.</b>	Л-2ч. Пр-4ч.	<b>Лекция № 1</b> 1. Этапы развития менеджмента. 2. Школы управления. 3. Функции менеджмента. 4. Ключевые особенности современной системы взглядов на менеджмент <b>Практическое занятие № 1.</b> 1. Системный подход. Традиционное понимание системы (человек, машина, коллектив и т. д.). 2. Особенность социальных систем. 3. Современные модели менеджмента. 4. Практические задания <b>Практическое занятие № 2</b> 1. Комплексный и системных подход. 2. Формирование концепции менеджмента библиотечно-информационной деятельности. 3. Сравнительные особенности моделей американского и японского менеджмента. 4. Практические задания
2.	<b>Формирование концепции менеджмента библиотечно-информационной деятельности.</b>	Л-2ч. Пр-4ч.	<b>Лекция № 2</b> 1. Этапы формирования концепции библиотечного менеджмента 2. Специфика библиотечного менеджмента как теоретической дисциплины. 3. Диверсификация менеджмента библиотечно-информационной деятельности. 4. Принципы менеджмента. <b>Практическое занятие № 3.</b> 1. Общенаучные виды классификации в менеджменте. 2. Типология менеджмента 3. Условия и предпосылки возникновения менеджмента. 4. Практические задания <b>Практическое занятие № 4</b> 1. Нормативное управление. 2. Социально-регулируемое управление. 3. Типы управления. 4. Практические задания

3.	<b>Управление развитием библиотеки</b>	Л-2ч. Пр-4ч.	<b>Лекция № 3</b> 1. Основополагающее понятие менеджмента — организация. Признаки организации. 2. Обязательные требования, предъявляемые к созданию организации. 3. Основные характеристики библиотеки как организации. <b>Практическое занятие № 5.</b> 1. Жизненный цикл развития системы. 2. Стадии жизненного цикла организации. 3. Объективные законы и закономерности, определяющие динамику функционирования библиотеки. <b>Практическое занятие № 6.</b> 1. Практический подход к анализу и синтезу библиотеки. 2. Закономерности создания библиотеки. 3. Практические задания
4.	<b>Правовое регулирование библиотечно-информационной деятельности</b>	Л-4ч. Пр-4ч.	<b>Лекция № 4.</b> 1. Предмет правового регулирования информационного права. 2. Субъекты правоотношений библиотечного права. 3. Источники правовой регламентации библиотечно-информационной деятельности. <b>Лекция № 5.</b> 1. Законодательная поддержка библиотечно-информационной деятельности. 2. Юридическая основа функционирования библиотек. 3. Смежные с библиотечным делом законы. <b>Практическое занятие № 7.</b> 1. Локальное нормативное сопровождение деятельности библиотеки. 2. Комплекс («пакет») внутренней нормативной документации библиотеки. 3. Учредительные документы (Устав/Положение). 4. Практические задания <b>Практическое занятие № 8.</b> 1. Правила пользования библиотекой. 2. Правилах внутреннего трудового распорядка библиотеки. 3. Коллективный договор. 5. Практические задания.

5.	<b>Менеджмент качества информационно-библиотечной деятельности</b>	Л-2ч. Пр-4ч.	<b>Лекция № 6</b> 1. Методологические подходы к преобразованию библиотеки на основе менеджмента качества. 2. Философия менеджмента качества. Принципы менеджмента качества. 3. Формы мотивации сотрудников библиотеки. <b>Практическое занятие № 9.</b> 1. Модель процесса. Последовательность действия при проектировании нового для библиотеки процесса. 2. Документирование процессов. 3. Основные направления в менеджменте качества: сертификация систем качества на соответствие стандартам ИСО серии 9000. 4. Практические задания <b>Практическое занятие № 10</b> 1. Алгоритм выявления и описания процессов. 2. Процедуры организации и поддержания порядка. 3. «Модели совершенства ЕФУК и общественный сектор». 4. Практические задания
6.	<b>Концепция и этапы стратегического управления.</b>	Л-2ч. Пр-4ч.	<b>Лекция № 7</b> 1. Понятие стратегии. Сущность стратегического управления. 2. Этапы формирования принципов стратегического управления. 3. Эволюция систем управления. 4. Хронологическая классификация становления и развитие стратегического менеджмента. <b>Практическое занятие № 11.</b> 1. План как будущий результат, ориентир, направление развития на базе прогноза. 2. Принцип поведения как реально осуществляемая модель поведения. 3. Позиция, т. е. реальное положение во внешней среде. 4. Практические задания <b>Практическое занятие № 12</b> 1. Миссия публичной библиотеки. 2. Ключевые пространства, в рамках которых каждая библиотека определяет свои цели. 3. Оценка функциональных зон деятельности для выявления сильных и слабых сторон. Метод СВОТ. 4. Практические задания

7.	<b>Основы управления проектами в библиотечной деятельности</b>	<p>Л- 2ч.</p> <p>Пр- 6ч.</p>	<p><b>Лекция № 8</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности проектной деятельности библиотек.</li> <li>2. Предпосылки для наиболее благоприятной и эффективной работы с проектами.</li> <li>3. Анализ состояния библиотечной деятельности на фоне социально- экономического реформирования.</li> <li>4. Соотношение понятий «проект» и «управление проектами», как особых форм моделирования различных систем деятельности.</li> </ol> <p><b>Практическое занятие № 13</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Федеральная целевая программа «Культура России».</li> <li>2. Создание и развитие общероссийской информационно-библиотечной компьютерной сети «ЛИБНЕТ» (федеральные и региональные библиотеки).</li> <li>3. Реализация национальной программы сохранения библиотечных фондов РФ.</li> <li>4. Осуществление комплекса мер по адаптации знаний и навыков библиотечных работников к новым требованиям.</li> <li>5. Практические задания</li> </ol> <p><b>Практическое занятие № 14</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Комплектование и обеспечение специальными техническими средствами библиотек для слепых.</li> <li>2. Организации работы библиотек по информационной поддержке органов государственной власти, содействию местному самоуправлению, а также по осуществлению правовой реформы.</li> <li>3. Безопасность музейных и библиотечных фондов.</li> <li>4. Международные проекты, отличающиеся значительной сложностью и высокой стоимостью.</li> <li>5. Практические задания</li> </ol> <p><b>Практическое занятие № 15</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Составление проекта. Пилотный проект.</li> <li>2. Маркетинговые проекты.</li> <li>3. Образовательные проекты Социальные проекты.</li> <li>4. Жизненный цикл проекта. Основные характеристики процесса осуществления проекта.</li> <li>5. Практические задания</li> </ol>
----	--	------------------------------	--

8.	<b>Управленческий контроль в системе информационно-библиотечного менеджмента.</b>	Л- 2ч. Пр-6 ч.	<b>Лекция № 9</b> 1. Теоретические основы управленческого контроля. 2. Аспекты контроля — организационный, методический, технический. 3. Формы проявления контроля. Объект контроля. <b>Практическое занятие № 16</b> 1. Признаки внешнего контроля. 2. Стратегический и оперативный контроль. 3. Контроль ресурсов. 4. Практические задания <b>Практическое занятие № 17</b> 1. Виды контроля. 2. Направления контроля. 3. Управленческий контроль. 4. Внешний контроль. 5. Признаки внешнего контроля. 6. Практические задания <b>Практическое занятие № 18</b> 1. Внутрибиблиотечный технологический контроль. 2. Контроль исполнения управленческих решений. 3. Финансовый контроль. Документальная проверка. 4. Практические задания
9.	<b>Сущность и социальные основы маркетинга</b>	Л- 2ч. Пр-4ч.	<b>Лекция № 10</b> 1. Возникновение маркетинга. Понятие «маркетинг». 2. Сущность, функции и цели маркетинга. 3. Характерные особенности маркетинговой деятельности библиотечно-информационных учреждений. <b>Практическое занятие № 19.</b> 1. Методологические проблемы библиотечного маркетинга. 2. Маркетинг как вид деятельности. 3. Концепции маркетинга: совершенствования производства. 4. Практические задания. <b>Практическое занятие № 20</b> 1. Концепции маркетинга: совершенствования товара. 5. Концепции маркетинга. 6. Практические задания.

10.	<b>Библиотека в системе некоммерческого маркетинга.</b>	Л-2ч. Пр-4ч.	<p><b>Лекция № 11</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Некоммерческий маркетинг как вид деятельности</li> <li>2. Основные направления деятельности: библиотечного маркетинга; инноваций и библиотечного маркетинга;</li> <li>3. Основные направления деятельности: маркетинга и новых технологий; экономического анализа и библиотечного маркетинга.</li> </ol> <p><b>Практическое занятие № 21.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Социальный эффект в некоммерческом маркетинге.</li> <li>2. Инновации в библиотечном маркетинге</li> <li>3. Экономического анализа и библиотечного маркетинга;</li> <li>4. Практические задания.</li> </ol> <p><b>Практическое занятие № 22</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные направления деятельности: маркетинга и рекламы; маркетинга и паблик рилейшнз; маркетинга и досуга и др.</li> <li>2. Положения о профильных специализированных подразделениях библиотек.</li> <li>3. Практические задания.</li> </ol>
11.	<b>Маркетинговая среда библиотеки</b>	Л-2ч. Пр-4ч.	<p><b>Лекция № 12</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специфические особенности маркетинговой среды библиотеки</li> <li>2. Макросреда библиотеки, ее основные факторы</li> <li>3. Микросреда библиотеки и ее основные элементы.</li> </ol> <p><b>Практическое занятие № 23.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Система взаимодействия библиотеки с маркетинговой средой.</li> <li>2. Факторы макросреды: демографические, экономические, природные, научнотехнические, политико-правовые и социально-культурные.</li> <li>3. Практические задания.</li> </ol> <p><b>Практическое занятие № 24.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные научно-технические факторы макросреды, влияющие на деятельность библиотеки.</li> <li>2. Микросреда библиотеки.</li> <li>3. Практические задания.</li> </ol>

12	<b>Библиотечные услуги в концепции маркетинга.</b>	Л-2ч. Пр-4ч.	<b>Лекция № 13</b> 1. Библиотечная продукция: специфические особенности в контексте маркетинга 2. Ассортимент библиотечных продуктов и услуг. 3. Управление ассортиментом <b>Практическое занятие № 25</b> 1. Библиотечная продукция: специфические особенности в контексте маркетинга. 2. Специфические особенности библиотечной услуги. 3. Специфика библиотечного продукта. 4. Практические задания. <b>Практическое занятие № 26</b> 1. Состав библиотечно-информационных услуг. 2. Выпуск библиотеками научно-аналитических продуктов. 3. Практические задания.
13	<b>Маркетинговые исследования в библиотеке.</b>	Л-2ч. Пр-4ч.	<b>Лекция № 14</b> 1. Сущность маркетингового исследования 2. Процесс маркетингового исследования 3. Методы сбора информации при проведении исследований <b>Практическое занятие № 27.</b> 1. Сущность и процесс маркетингового исследования. 2. Основные задачи маркетинговых исследований в библиотеке. 3. Требования, предъявляемые к процессу маркетингового исследования. 4. Практические задания. <b>Практическое занятие № 28</b> 1. Исследовательская структура маркетингового исследования. 2. Основные этапы маркетингового исследования. 3. Методы сбора информации при проведении исследований. 4. Практические задания.
14.	<b>Планирование маркетинговых мероприятий.</b>	Л-2ч. Пр-4ч.	<b>Лекция № 15</b> 1. Стратегическое планирование: понятие, этапы. 2. Этапы стратегического планирования. 3. Создание стратегического плана (макропланирование). 4. Основные элементы стратегического плана и их взаимодействие. <b>Практическое занятие № 29.</b> 1. Бизнес-планирование. Бизнес-план. 2. Задачи бизнес-плана. основные направления бизнес-плана. 3. Виды бизнес-плана. 4. Практическое задание. <b>Практическое занятие № 30</b> 1. Структура бизнес-плана. 2. Практическое задание.



15.	<b>Ценовая политика библиотеки.</b>	Л-2ч. Пр-4ч.	<b>Лекция № 16</b> 1. Содержание ценовой политики библиотеки. 2. Нормативно-правовые документы по ценообразованию. 3. Правовой режим предпринимательской деятельности в условиях библиотеки. <b>Практическое занятие № 31.</b> 1. Рыночный механизм ценообразования. 2. Ценообразование. 3. Рыночный механизм ценообразования. 4. Практические задания. <b>Практическое занятие № 32</b> 1. Исходные методологические требования для отнесения тех или иных услуг к платным. 2. Этапы введения платных услуг. Себестоимость. 3. Социальные и творческие заказы (СТЗ) 4. Практические задания.
16.	<b>Коммуникационная политика библиотеки.</b>	Л-2ч. Пр-4ч.	<b>Лекция № 17</b> 1. Маркетинговые коммуникации библиотеки: понятие, цели, функции, инструменты 2. Паблик рилейшнз: понятие, цели, функции, инструменты 3. Персональная продажа. Стимулирование сбыта продукции и услуг библиотеки <b>Практическое занятие № 33.</b> 1. Инструменты маркетинговых коммуникаций библиотеки. 2. Библиотечная реклама: функции и технология. 3. Требования к библиотечной рекламе. 4. Практическое задание. <b>Практическое занятие № 34</b> 1. Принципы рекламной деятельности библиотеки. 2. Этапы рекламной деятельности библиотеки 3. Выбор средств распространения библиотечной рекламы. 4. Практическое задание.
17.	<b>Фандрейзинг в библиотеке.</b>	Л-2ч. Пр-2ч.	<b>Лекция №18</b> 1. Виды и методы фандрейзинга. 2. Спонсорская поддержка и благотворительность 3. Этапы фандрайзинга <b>Практическое занятие № 35</b> 1. Приемы и методы (тактика) фандрейзинга. 2. Эффективные приемы фандрейзинга. 3. Комплексные фандрейзинговые мероприятия, в частности День дарителя/День дарения. 4. Практическое задание.

18.	Маркетинговое подразделение в структуре управления библиотекой.	Пр-2 ч.	<b>Практическое занятие № 36</b> 1. Функции подразделения маркетинга библиотеки. 2. Регламентация деятельности подразделения маркетинга библиотеки. 3. Положение об отделе библиотечного маркетинга. 4. Должностные инструкции. 5. Практическое задание.
19.	<b>Итого:</b> <b>Лекций – 36 ч.</b> <b>Практических занятий – 72 ч.</b>		

#### 5.4.2. Содержание программы по темам и видам занятий для заочной формы обучения

№ п/п	Тема	Кол-во часов	Виды учебных занятий и учебные вопросы
1	2	3	4
1	Эволюция менеджмента как научной дисциплины.	Л-2	<b>Лекция № 1</b> 1. Этапы развития менеджмента. Школы управления. 2. Ранний менеджмент. 3. Школы научного управления 4. Модели внутренних процессов. Школа бюрократического менеджмента. 5. Административная (классическая) школа.
2	Формирование концепции менеджмента библиотечно-информационной деятельности.	Л-2ч. Пр.-2ч.	<b>Лекция № 2</b> 1. Этапы формирования концепции библиотечного менеджмента 2. Основные положения старой и новой парадигмы. <b>3. Методологические основы менеджмента библиотечно-информационной деятельности.</b> <b>Практическое занятие № 1</b> 1. Общенаучные виды классификации в менеджменте: деление общего и разделение целого. 2. Типология менеджмента 3. Условия и предпосылки возникновения менеджмента. 4. Практическое задание.

3	<b>Управление развитием библиотеки</b>	Л-2ч. Пр.-2ч.	<b>Лекция № 3</b> 1. Теория жизненного цикла развития системы. 2. Стадии жизненного цикла организации. 3. Объективные законы и закономерности, определяющие динамику функционирования библиотеки. <b>Практическое занятие № 2</b> 1. Стадии жизненного цикла организации. 2. Объективные законы и закономерности, определяющие динамику функционирования библиотеки. 3. Закономерности создания библиотеки. 4. Практические задания
4	<b>Правовое регулирование библиотечно-информационной деятельности.</b>	Л-2ч. Пр.-2ч.	<b>Лекция № 4</b> 1. Предмет правового регулирования информационного права. 2. Субъекты правоотношений библиотечного права. 3. Источники правовой регламентации библиотечно-информационной деятельности. 4. Законодательная поддержка библиотечно-информационной деятельности. <b>Практическое занятие № 3</b> 5. Практические задания
5.	<b>Менеджмент качества информационно-библиотечной деятельности.</b>	Пр.-2ч.	<b>Практическое занятие № 4</b> 1. Модель процесса. Последовательность действия при проектировании нового для библиотеки процесса. 2. Документирование процессов. 3. Основные направления в менеджменте качества: сертификация систем качества на соответствие стандартам ИСО серии 9000. 4. Практические задания
6.	<b>Концепция и этапы стратегического управления.</b>	Л-2ч.	<b>Лекция № 5</b> 1. Понятие стратегии. Сущность стратегического управления. 2. Этапы формирования принципов стратегического управления. 3. Эволюция систем управления.

7.	<b>Основы управления проектами в библиотечной деятельности</b>	Л-2ч. Пр.-2ч.	<b>Лекция № 6</b> 1. Особенности проектной деятельности библиотек. 2. Предпосылки для наиболее благоприятной и эффективной работы с проектами. <b>3. Анализ состояния библиотечной деятельности на фоне социально-экономического реформирования</b> <b>Практическое занятие №5</b> 1. Особенности проектной деятельности библиотек. 2. Соотношение понятий «проект» и «управление проектами», как особых форм моделирования различных систем деятельности. 3. Федеральные целевые программы в области библиотечного дела. 4. Практические задания
8.	<b>Управленческий контроль в системе информационно-библиотечного менеджмента.</b>	Пр.-2ч	<b>Практическое занятие №6</b> 1. Аспекты контроля — организационный, методический, технический. 2. Факторы контроля. Предмет учета. 3. Формы проявления контроля. Объект контроля. 4. Практические задания
9.	<b>Сущность и социальные основы маркетинга</b>	Л-2ч.	<b>Лекция № 7</b> 1. Возникновение маркетинга. Понятие «маркетинг». 2. Сущность, функции и цели маркетинга. 3. Характерные особенности маркетинговой деятельности библиотечно-информационных учреждений.
10.	<b>Библиотека в системе некоммерческого маркетинга.</b>	Л-2ч. Пр.-2ч	<b>Лекция № 8</b> 1. Специализированная маркетинговая служба библиотеки. 2. Основные направления деятельности: библиотечного маркетинга; инноваций и библиотечного маркетинга; 3. Основные направления деятельности: маркетинга и новых технологий; экономического анализа и библиотечного маркетинга. <b>Практическое занятие №7</b> 1. Социальный эффект в некоммерческом маркетинге. 2. Инновации в библиотечном маркетинге 3. Экономического анализа и библиотечного маркетинга; 4. Практические задания.

11.	<b>Маркетинговая среда библиотеки</b>	Л-2ч. Пр.-2ч	<b>Лекция № 9</b> 1. Специфические особенности маркетинговой среды библиотеки 2. Макросреда библиотеки, ее основные факторы 3. Микросреда библиотеки и ее основные элементы. <b>Практическое занятие № 8</b> 1. Специфические особенности маркетинговой среды библиотеки. 2. Система взаимодействия библиотеки с маркетинговой средой. 3. Макросреда библиотеки, ее основные факторы. 4. Практические задания.
12.	<b>Библиотечные услуги в концепции маркетинга</b>	Пр.-2ч	<b>Практическое занятие № 9</b> 1. Библиотечная продукция: специфические особенности в контексте маркетинга. 2. Жизненный цикл платного библиотечного продукта. 3. Специфические особенности библиотечной услуги.
13.	<b>Маркетинговые исследования в библиотеке</b>	Л-2ч. Пр.-2ч	<b>Лекция № 10</b> 1. Сущность маркетингового исследования 2. Процесс маркетингового исследования 3. Методы сбора информации при проведении исследований <b>Практическое занятие № 10.</b> 1. Сущность и процесс маркетингового исследования. 2. Основные задачи маркетинговых исследований в библиотеке. 3. Требования, предъявляемые к процессу маркетингового исследования. 4. Практические задания.
14.	<b>Планирование маркетинговых мероприятий</b>	Л-2ч. Пр.-2ч	<b>Лекция № 11</b> 1. Стратегическое планирование: понятие, этапы. 2. Этапы стратегического планирования. 3. Создание стратегического плана (макропланирование). 4. Основные элементы стратегического плана и их взаимодействие. <b>Практическое занятие № 11</b> 1. Бизнес-планирование. Бизнес-план. 2. Задачи бизнес-плана. основные направления бизнес-плана. 3. Виды бизнес-плана. 4. Практическое задание.

15.	<b>Ценовая политика библиотеки</b>	Л-2ч. Пр.-2ч	<b>Лекция № 12</b> 1. Содержание ценовой политики библиотеки. Ценообразование. 2. Нормативно-правовые документы по ценообразованию. 3. Правовой режим предпринимательской деятельности в условиях библиотеки. <b>Практическое занятие № 12</b> 1. Рыночный механизм ценообразования. 2. Платные услуги. Исходные методологические требования для отнесения тех или иных услуг к платным. 3. Себестоимость платных услуг. 4. Практические задания
16.	<b>Коммуникационная политика библиотеки</b>	Л-2ч. Пр.-2ч	<b>Лекция № 13</b> 1. Маркетинговые коммуникации библиотеки: понятие, цели, функции, инструменты 2. Паблик рилейшнз: понятие, цели, функции, инструменты 3. Персональная продажа. Стимулирование сбыта продукции и услуг библиотеки <b>Практическое занятие № 13</b> 1. Инструменты маркетинговых коммуникаций библиотеки. 2. Библиотечная реклама: функции и технология. 3. Требования к библиотечной рекламе. 4. Практическое задание.
17.	<b>Фандрейзинг</b>	Л-2ч. Пр.-2ч	<b>Лекция № 14</b> 1. Виды и методы фандрейзинга. 2. Спонсорская поддержка и благотворительность 3. Этапы фандрайзинга. <b>Практическое занятие № 14</b> 1. Приемы и методы (тактика) фандрейзинга. 2. Эффективные приемы фандрейзинга. 3. Комплексные фандрейзинговые мероприятия, в частности День дарителя/День дарения. 4. Практическое задание.
18	<b>Итого:</b> <b>Лекций – 28 ч.</b> <b>Практических занятий – 28 ч.</b>		

## 6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине

### 6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине (для обучающихся очной формы обучения)

№	Наименование темы	Ко- л- ча с	Вопросы для самостоятельного изучения	Форма контроля выполнения самостоятельной работы
1.	<b>Эволюция менеджмента как научной дисциплины.</b>	6	1. Эволюция менеджмента. 2. Системный подход. 3. Особенность социальных систем. 4. Комплексный и системных подход. 5. Сравнительные особенности моделей американского и японского менеджмента.	Опрос на практическом занятии.
2.	<b>Формирование концепции менеджмента библиотечно-информационной деятельности.</b>	6	1. Зарождение концепции менеджмента в библиотечном деле России. 2. Нормативное управление. 3. Социально-регулируемое управление. 4. Типы управления	Опрос на практическом занятии.
3.	<b>Управление развитием библиотеки</b>	6	1. Основополагающее понятие менеджмента — организация. 2. Признаки организации. 3. Основные характеристики библиотеки как организации. 4. Объективные законы и закономерности, определяющие динамику функционирования библиотеки.	Опрос на практическом занятии.
4.	<b>Правовое регулирование библиотечно-информационной деятельности.</b>	6	1. Источники библиотечного права. 2. Источники правовой регламентации библиотечно-информационной деятельности. 3. Федеральный закон «О некоммерческих организациях», Законы «О защите прав потребителей», «О рекламе», «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».	Опрос на практическом занятии.
5.	<b>Менеджмент качества информационно-библиотечной деятельности</b>	6	1. Подходы по внедрению философии менеджмента качества в деятельность библиотек. 2. Формы мотивации сотрудников библиотеки. 3. Модель процесса. Последовательность действия при проектировании нового для библиотеки процесса.	Опрос на практическом занятии.

6.	<b>Концепция и этапы стратегического управления.</b>	8	<p>1. Сущность и значение стратегического управления.</p> <p>2. Понятие стратегии.</p> <p>3. Сущность стратегического управления.</p> <p>4. Этапы формирования принципов стратегического управления.</p> <p>5. Набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности.</p> <p>6. Эволюция систем управления.</p> <p>7. Хронологическая классификация становления и развитие стратегического менеджмента.</p> <p>8. Классификация в книге Генри Минцберга, Брюса Альстрэнда и Джозефа Лэмпела «Школа стратегий» - в понимании стратегии «5П».</p>	Опрос на практическом занятии.
7.	<b>Основы управления проектами в библиотечной деятельности</b>	8	<p>1. Особенности проектной деятельности библиотек.</p> <p>2. Предпосылки для наиболее благоприятной и эффективной работы с проектами: ликвидация планово-распределительной системы, формирование правового регулирования.</p> <p>3. Децентрализация управления; определенные изменения в психологии управленцев и развитие компьютерных программ.</p> <p>4. Анализ состояния библиотечной деятельности на фоне социально-экономического реформирования.</p> <p>5. Федеральные целевые программы в области библиотечного дела.</p> <p>6. Федеральная целевая программа «Культура России».</p>	Опрос на практическом занятии.
8.	<b>Управленческий контроль в системе информационно-библиотечного менеджмента.</b>	8	<p>1. Управленческий контроль.</p> <p>2. Внешний контроль.</p> <p>3. Признаки внешнего контроля.</p> <p>4. Стратегический и оперативный контроль.</p> <p>5. Контроль ресурсов.</p>	Опрос на практическом занятии.



9.	<b>Сущность и социальные основы маркетинга</b>	2	1. Понятие маркетинга. Сущность маркетинга. 2. Понятие библиотечного маркетинга. Задачи маркетинга. 3. Структурно-логическая схема маркетинга.	Опрос на практическом занятии.
10.	<b>Библиотека в системе некоммерческого маркетинга.</b>	2	1. Предпосылки возникновения некоммерческого маркетинга. 2. Функции менеджмента информационно-библиотечной деятельности.	Опрос на практическом занятии.
11.	<b>Маркетинговая среда библиотеки</b>	2	1. Составляющие микросреды: библиотека, поставщики, 2. Составляющие микросреды: маркетинговые посредники, 3. Составляющие микросреды: пользователи библиотеки, продукция/услуги-конкуренты при реализации потребностей, контактные аудитории.	Опрос на практическом занятии.
12.	<b>Библиотечные услуги в концепции маркетинга.</b>	2	1. Консалтинговые, образовательные услуги. 2. Досуговые услуги. 3. Издательско-полиграфические услуги. 4. Рекламные и посреднические услуги.	Опрос на практическом занятии.
13.	<b>Маркетинговые исследования в библиотеке.</b>	2	1. Изучение мнений экспертов как метод маркетингового исследования. 2. Организация бесед в фокус-группах. 3. Использование проекционного метода. 4. Метод семантического дифференциала.	Опрос на практическом занятии.
14.	<b>Планирование маркетинговых мероприятий.</b>	2	1. Стратегический план. 2. Реализация идеи стратегического планирования. 3. Миссия, стратегические цели, стратегический аудит, SWOT-анализ, анализ приор-портфеля и определение стратегии.	Опрос на практическом занятии.
15.	<b>Ценовая политика библиотеки.</b>	2	1. Смысл формирования СТЗ в сфере культурного обслуживания населения. 2. Дополнительные доходы от предпринимательской деятельности. 3. Ценовая политика библиотеки.	Опрос на практическом занятии.

16.	<b>Коммуникационная политика библиотеки.</b>	2	1. Паблик рилейшнз: понятие, цели, функции, инструменты. 2. Средства привлечения внимания к деятельности библиотеки. 3. Персональная продажа. 4. Стимулирование сбыта продукции и услуг библиотеки.	Опрос на практическом занятии.
17.	<b>Маркетинговое подразделение в структуре управления библиотекой.</b>	2	1. Задачи подразделения маркетинга библиотеки. 2. Функции подразделения маркетинга библиотеки. 3. Структура и подчиненность подразделения маркетинга библиотеки.	Опрос на практическом занятии.
18	<b>Итого: 72 часа</b>			

**6.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине (для обучающихся заочной формы обучения)**

№	Наименование темы	Кол-во часов	Вопросы для самостоятельного изучения	Форма контроля выполнения самостоятельной работы
1.	<b>Эволюция менеджмента как научной дисциплины.</b>	10	1. Модели внутренних процессов. 2. Школа бюрократического менеджмента М. Вебера. 3. Административная (классическая) школа. 4. Принципы управления. Школа человеческих отношений – М. Фоллетт. 5. Последователи: Э. Мейо, А. Маслоу. 6. Школа поведенческих наук (бихевиористическая школа). 7. Количественный подход как школа менеджмента. 8. Процессный подход. 10. Информационно-библиотечный менеджмент. 11. Ключевые особенности современной системы взглядов на менеджмент 12. Ситуационный подход. 13. Современные модели менеджмента.	Проверка конспекта.

2.	<b>Формирование концепции менеджмента библиотечно-информационной деятельности.</b>	10	<p>1. Зарождение концепции менеджмента в библиотечном деле России.</p> <p>2. Диверсификация менеджмента библиотечно-информационной деятельности.</p> <p>3. Общенаучные виды классификации в менеджменте.</p> <p>4. Принципы менеджмента.</p> <p>5. Типология менеджмента.</p> <p>6. Нормативное управление.</p> <p>7. Социально-регулируемое управление.</p> <p>8. Типы управления.</p>	Проверка конспекта, опрос на практическом занятии.
3.	<b>Управление развитием библиотеки</b>	10	<p>1. Основополагающее понятие менеджмента — организация.</p> <p>2. Признаки организации.</p> <p>3. Обязательные требования, предъявляемые к созданию организации.</p> <p>4. Основные характеристики библиотеки как организации.</p> <p>5. Теория жизненного цикла развития системы.</p> <p>6. Этапы развития системы по Б.З. Мильнеру.</p> <p>7. Стадии жизненного цикла организации.</p> <p>8. Объективные законы и закономерности, определяющие динамику функционирования библиотеки.</p> <p>9. Закономерности создания библиотеки.</p> <p>10. Практический подход к анализу и синтезу библиотеки.</p>	Проверка конспекта, опрос на практическом занятии.

4.	<b>Правовое регулирование библиотечно-информационной деятельности.</b>	10	<p>1. Источники библиотечного права.</p> <p>2. Предмет правового регулирования информационного права.</p> <p>3. Библиотечное право.</p> <p>4. Субъекты правоотношений библиотечного права.</p> <p>5. Источники библиотечного права.</p> <p>6. Источники правовой регламентации библиотечно-информационной деятельности.</p> <p>7. Законодательная поддержка библиотечно-информационной деятельности.</p> <p>8. Юридическая основа функционирования библиотек:</p> <p>9. Смежные с библиотечным делом законы: Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», Федеральный закон «О библиотечном деле».</p> <p>10. Локальное нормативное сопровождение деятельности библиотеки.</p> <p>11. Комплекс («пакет») внутренней нормативной документации библиотеки.</p> <p>12. Учредительные документы (Устав/Положение).</p>	Проверка конспекта, опрос на практическом занятии.
5.	<b>Менеджмент качества информационно-библиотечной деятельности</b>	10	<p>1. Методологические подходы к преобразованию библиотеки на основе менеджмента качества.</p> <p>2. Стандарт ИСО 8402 определяет содержание современного менеджмента качества.</p>	Проверка конспекта, опрос на практическом занятии.

			<p>3. Философия менеджмента качества.</p> <p>4. Принципы менеджмента качества в соответствии со стандартом ИСО 9000:2000.</p> <p>5. Подходы по внедрению философии менеджмента качества в деятельность библиотек.</p> <p>6. Заинтересованные стороны библиотеки.</p> <p>7. Действия по вовлечению персонала.</p> <p>8. Основные элементы процесса управления персоналом.</p> <p>9. Формы мотивации сотрудников библиотеки.</p> <p>10. Модель процесса.</p> <p>11. Последовательность действия при проектировании нового для библиотеки процесса.</p> <p>12. Документирование процессов. Алгоритм выявления и описания процессов.</p>	
6.	<b>Концепция и этапы стратегического управления.</b>	10	<p>1. Сущность и значение стратегического управления.</p> <p>2. Понятие стратегии.</p> <p>3. Сущность стратегического управления.</p> <p>4. Этапы формирования принципов стратегического управления.</p> <p>5. Набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности.</p> <p>6. Эволюция систем управления.</p> <p>7. Хронологическая классификация становления и развитие стратегического менеджмента.</p> <p>8. Классификация в книге Генри Минцберга, Брюса Альстрэнда и Джозефа Лэмпела «Школа стратегий» - в понимании стратегии «5П».</p> <p>9. План как будущий результат, ориентир, направление развития на базе прогноза.</p> <p>10. Принцип поведения как реально осуществляемая модель поведения.</p> <p>11. Позиция, т. е. реальное положение во внешней среде.</p> <p>12. Перспектива, позитивное</p>	Проверка конспекта

			<p>будущее организации.</p> <p>13.Метод СВОТ.</p> <p>14.Стратегия концентрированного роста, стратегия интегрированного роста.</p> <p>15.Стратегия диверсифицированного роста, стратегия сокращения.</p>	
7.	<b>Основы управления проектами в библиотечной деятельности</b>	10	<p>1. Особенности проектной деятельности библиотек.</p> <p>2.Предпосылки для наиболее благоприятной и эффективной работы с проектами: ликвидация планово-распределительной системы, формирование правового регулирования.</p> <p>3.Децентрализация управления; определенные изменения в психологии управленцев и развитие компьютерных программ.</p> <p>4. Анализ состояния библиотечной деятельности на фоне социально- экономического реформирования.</p> <p>5.Федеральные целевые программы в области библиотечного дела.</p> <p>6.Федеральная целевая программа «Культура России».</p> <p>7.Создание и развитие общероссийской информационно-библиотечной компьютерной сети «ЛИБНЕТ» (федеральные и региональные библиотеки).</p> <p>8.Реализация национальной программы сохранения библиотечных фондов Российской Федерации.</p> <p>9.Приобретение особо ценной, научной и методической литературы, повышение качественного состава и эффективности расходов при комплектовании фондов для российских библиотек.</p> <p>10.Осуществление комплекса мер по адаптации знаний и навыков библиотечных работников к новым требованиям.</p> <p>11.Комплектование и обеспечение специальными техническими средствами библиотек для</p>	<p>Проверка конспекта, опрос на практическом занятии.</p>

			<p>слепых.</p> <p>12. Организация работы библиотек по информационной поддержке органов государственной власти.</p> <p>13. Безопасность музейных и библиотечных фондов.</p> <p>14. Иерархия организационных систем в библиотечной сфере.</p>	
8.	<b>Управленческий контроль в системе информационно-библиотечного менеджмента.</b>	10	<p>1. Управленческий контроль.</p> <p>2. Внешний контроль. 3. Признаки внешнего контроля.</p> <p>4. Стратегический и оперативный контроль. 5. Контроль ресурсов.</p> <p>6. Внутрибиблиотечный технологический контроль.</p> <p>7. Контроль исполнения управленческих решений.</p> <p>8. Финансовый контроль.</p> <p>9. Документальная проверка.</p> <p>10. Организация системы контроля в библиотеке.</p> <p>11. Ключевые моменты организации контрольной деятельности.</p> <p>12. Понятие контроля как процесса.</p>	Проверка конспекта, опрос на практическом занятии.
9.	<b>Сущность и социальные основы маркетинга</b>	6	<p>1. Теория А. Маслоу.</p> <p>2. Сущность маркетинга.</p> <p>3. Понятие библиотечного маркетинга.</p> <p>4. Задачи маркетинга.</p> <p>5. Структурно-логическая схема маркетинга.</p> <p>6. Типы и виды маркетинга.</p> <p>7. Функции маркетинга.</p> <p>8. Выбор вариантов маркетинга.</p> <p>9. Концепции маркетинга.</p>	Проверка конспекта.
10.	<b>Библиотека в системе некоммерческого маркетинга.</b>	4	<p>1. Факторы, применяемые в классических принципах организации маркетинговой службы.</p> <p>2. Внутренние и внешние условия (ситуация).</p> <p>3. Назначение и цели (стратегию).</p> <p>4. Пути и средства реализации (тактику).</p> <p>5. Финансовые затраты (бюджет).</p>	Проверка конспекта, опрос на практическом занятии.
11.	<b>Маркетинговая среда библиотеки</b>	4	<p>1. Основные научно-технические факторы макросреды, влияющие на деятельность библиотеки.</p> <p>2. Тенденции в развитии науки и технологий.</p>	Проверка конспекта, опрос на практическом занятии.

			<p>3. Инновационный потенциал библиотеки и ее ближайших конкурентов.</p> <p>4. Факторы макросреды:</p> <p>5. Основные научно-технические факторы макросреды, влияющие на деятельность библиотеки.</p> <p>6. Политико-правовые факторы.</p> <p>7. Микросреда библиотеки и ее основные элементы.</p> <p>8. Элементы составляющих микросреды.</p> <p>9. Основные типы контактных аудиторий.</p>	
12.	<b>Библиотечные услуги в концепции маркетинга.</b>	6	<p>1. Критерии управления ассортиментом библиотечных продуктов и услуг.</p> <p>2. Процесс совершенствования продуктов/услуг.</p> <p>3. Жизненный цикл библиотечных продуктов и услуг.</p> <p>4. Концепция жизненного цикла продукта/услуги.</p> <p>5. Понятие библиотечной продукции.</p> <p>6. Особенностью библиотечной продукции.</p> <p>7. Специфика библиотечного продукта.</p> <p>8. Состав библиотечно-информационных услуг.</p>	Проверка конспекта, опрос на практическом занятии.
13.	<b>Маркетинговые исследования в библиотеке</b>	4	<p>1. Исследовательская структура маркетингового исследования.</p> <p>2. Основные этапы маркетингового исследования.</p> <p>3. Методы сбора информации при проведении исследований.</p> <p>4. Качественные и количественные методы сбора информации.</p> <p>5. Сбор первичных данных.</p> <p>6. Каналы получения первичной информации: опросные мероприятия (анкетирование, интервью), регистрация и эксперименты.</p> <p>7. Маркетинговые исследования пользователей Интернет.</p>	Проверка конспекта.
14.	<b>Планирование маркетинговых мероприятий</b>	4	<p>1. Построение “дерева целей”.</p> <p>2. Внешний аудит.</p> <p>3. Внутренний аудит: аудит основных операций, поддерживающий аудит.</p> <p>4. Аудит финансово-</p>	Проверка конспекта, опрос на практическом занятии.



			экономической деятельности. 5.Стратегия интенсивного роста. 6.Стратегия диверсификационного роста. 7.Процесс управления маркетингом.	
15.	<b>Ценовая политика библиотеки</b>	4	1. Правовой режим предпринимательской деятельности в условиях библиотеки. 2. Платные услуги. 3. Этапы введения платных услуг. Себестоимость. 4. Социальные и творческие заказы (СТЗ). 5. Этапы разработки ценовой политики библиотеки.	Проверка конспекта, опрос на практическом занятии.
16.	<b>Маркетинговое подразделение в структуре управления библиотекой</b>	4	1.Задачи подразделения маркетинга библиотеки. 2.Функции подразделения маркетинга библиотеки. 3.Регламентация деятельности подразделения маркетинга библиотеки. 4.Положение об отделе библиотечного маркетинга. 5.Должностные инструкции.	Проверка конспекта.
17.	Итого: 116 часов			

**7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Менеджмент и маркетинг библиотечно-информационной деятельности»**

**7.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств**

№ пп	Вид контроля и аттестации	№ и наименование блока (раздела) дисциплины	Оценочные средства			Количество баллов
			форма	Количество вопросов в задании	Количество независимых вариантов	
1	Рубежный контроль уровня усвоения обучающимися компетенций по темам 1-5	Раздел 1. Теоретические основы менеджмента библиотечно-информационной деятельности	Контрольные вопросы рубежного контрольно-проверочного мероприятия	2	10	30 (1 верный ответ – 15 баллов)
2	Рубежный контроль уровня усвоения обучающимися компетенций по темам 6-8	Раздел 2. Стратегическое управление библиотечно-информационной деятельностью	Контрольные вопросы рубежного контрольно-проверочного мероприятия	2	15	30 (1 верный ответ – 15 баллов)

3.	Промежуточная аттестация		Контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации.	1 контрольный вопрос и 1 практическое задание	10	40 (1 контрольный вопрос- 10 баллов, 1 практ. задание- 20 баллов)
4.	Рубежный контроль уровня усвоения обучающимися компетенций по темам 9-13	Раздел 3. Теоретические основы маркетинга библиотечно-информационной деятельности	Контрольные вопросы рубежного контрольно-проверочного мероприятия	2	10	30 (1 верный ответ – 15 баллов)
5.	Рубежный контроль уровня усвоения обучающимися компетенций по темам 14-18	Раздел 4. Библиотечное обслуживание в системе маркетинга услуг	Контрольные вопросы рубежного контрольно-проверочного мероприятия	2	10	30 (1 верный ответ – 15 баллов)
3.	Промежуточная аттестация		Контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации.	1 контрольный вопрос и 1 практическое задание	10	40 (1 контрольный вопрос- 10 баллов, 1 практ. задание- 20 баллов)

**Текущий контроль и его формы:** Текущий контроль проводится в ходе занятий с целью определения степени усвоения учебного материала, своевременного вскрытия недостатков в подготовке обучающихся и принятия, необходимых мер по совершенствованию методики преподавания дисциплины, организации работы обучающихся в ходе занятий и оказания им индивидуальной помощи.

Объектами текущего контроля знаний обучающихся являются:

- регулярное посещение лекций, ведение конспекта;
- систематичность и активность работы на практических занятиях. При контроле систематичности и активности работы на практических занятиях могут оцениваться: уровень знаний, продемонстрированный в ответах и выступлениях на практических занятиях; активность при обсуждении вопросов, вынесенных на практические занятия, экспресс-контроль, составление конспекта занятий, регулярное посещение занятий;
- выполнение заданий для самостоятельной работы. При контроле выполнения заданий для СРО могут оцениваться: самостоятельная обработка тем в целом или отдельных вопросов; выполнение заданий в рабочей тетради для самостоятельной работы, написание рефератов, подготовка учебных и научных текстов, реферативных материалов по публикациям и т.д.;
- научная работа обучающегося (выступление с докладом на научных семинарах, конференциях, участие в олимпиадах, конкурсах научных работ и прочее).

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования обучающегося, проверки результатов самостоятельной работы.

Его основными формами являются: устный опрос; письменный опрос; контрольная работа и т.п.

Отдельно могут оцениваться личностные качества обучающегося (аккуратность, исполнительность, инициативность); работа в аудитории, своевременная сдача отчетов и письменных домашних заданий.

#### **Рубежный контроль и его формы:**

Рубежный контроль проводится после изучения определенного раздела учебной дисциплины, объединяющего соответствующие темы. Форма рубежного контроля – контрольные вопросы.

#### **Форма промежуточной аттестации (зачет/ зачет с оценкой):**

- зачет/ зачет с оценкой, которые оформляются по результатам выполнения предусмотренных рабочей программой контрольных мероприятий (рубежных контролей и промежуточной аттестации).

Рубежный контроль и промежуточная аттестация проводятся с использованием балльно-рейтинговой технологии. Критерии оценивания, перечень контрольных точек, требования к их выполнению и таблица планирования результатов обучения в баллах представлены в документе «Фонд оценочных средств» по учебной дисциплине «Менеджмент и маркетинг библиотечно-информационной деятельности». Этот фонд включает: контрольные вопросы, вопросы и задания для проведения текущего, рубежных контролей и промежуточной аттестации, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

## **7.2. Примеры оценочных средств рубежного контроля и промежуточной аттестации по дисциплине**

### **Для рубежного контроля**

#### **Вопросы (пример):**

1. Библиотечная экономика: сущностные свойства и характеристики.
2. Составляющие экономического потенциала.

### **Для промежуточной аттестации:**

#### **БИЛЕТ**

#### **Контрольные вопросы:**

1. Понятие экономики библиотечной деятельности, ее содержание.
2. Оплата труда библиотечных работников в выходные и праздничные дни.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета/зачета с оценкой. Зачет/зачет с оценкой проводится в письменной форме, в виде ответов на контрольный вопрос и решения контрольного прикладного задания. Количество вопросов в билете – 1, задание – 1.

Оценка знаний обучающихся осуществляется в баллах в комплексной форме с учётом:

- Оценки по итогам текущего контроля и рубежных контролей (до 60 баллов);
- Оценки итоговых знаний в ходе зачёта (до 40 баллов).

#### **Ориентировочное распределение максимальных баллов по видам отчетности**

<b>№</b>	<b>Виды отчётности</b>	<b>Баллы</b>
1	Посещение лекций, наличие конспекта	до 10
2	Работа на практических занятиях	до 10
3	Выполнение самостоятельной работы	до 10
4	Выполнение заданий 4 рубежных контролей	до 30 (до 30 баллов за 1р.к. Вычисляется среднеарифметическое значение)
5	Результаты промежуточной аттестации	20 - 40
	<b>Итого</b>	<b>100</b>

Зачет/зачет с оценкой проводится по 40 бальной шкале. Минимальная сумма баллов – 20, максимальная – 40.

Минимальная сумма баллов по итогам текущего контроля – 40, максимальная – 60. Минимальная сумма баллов по итогам рубежных контролей – 40, максимальная – 60. Для

определения окончательной суммы баллов по итогам текущего и рубежных контролей необходимо вычислить их среднее арифметическое число (сложить результаты текущего и рубежных контролей и разделить на 2).

На основе окончательно набранных баллов (количество баллов, набранных в результате текущего и рубежных контролей, и количество баллов, полученных в результате промежуточной аттестации) успеваемость обучающийся в семестре определяется следующими оценками: «удовлетворительно», «хорошо», «отлично».

При этом действует следующая итоговая шкала:

- менее 60 баллов – не зачтено (оценка «неудовлетворительно»);
- от 60 до 73 баллов – зачтено (оценка «удовлетворительно»);
- от 74 до 89 баллов – зачтено (оценка «хорошо»);
- от 90 до 100 баллов – зачтено (оценка «отлично»).

### **7.3. Критерии оценок знаний по дисциплине**

#### **«Отлично»**

Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

Обучающийся полностью усвоил программный материал. Глубоко знает и самостоятельно излагает содержание вопросов, а также знает основную и дополнительную литературу по теме. Ответ построен на уровне самостоятельного мышления, знания вопроса и всей темы. Материал излагается логически последовательно и полно, с элементами творческого мышления. Умеет самостоятельно делать общие выводы.

#### **«Хорошо»**

Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками. Обучающийся проявил твердое знание программного материала и самостоятельность мышления. Показал знание предусмотренной программой литературы. Продемонстрировал умение применять свои знания к анализу современной действительности. Показал умение выделить главное, делать выводы и обобщения. Возможны пробелы в усвоении второстепенных вопросов.

#### **«Удовлетворительно»**

Теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному.

Обучающийся усвоил лишь основную часть программного материала, в общем знаком с рекомендованной литературой. Ответ обучающегося строится на уровне репродуктивного мышления с нарушением логики изложения материала. Испытывает значительные затруднения в применении знаний к анализу современной действительности. Обучающийся не умеет ответить на дополнительные вопросы, связанные с материалом ответа.

#### **«Неудовлетворительно»**

Теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено. Обучающийся не знает основного содержания рекомендованной литературы, допускает существенные ошибки в освещении поставленных вопросов. Не может увязывать материал с современностью.

### **7.4. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков**

**Общие ориентировочные вопросы к текущему контролю знаний по учебной дисциплине «Менеджмент и маркетинг библиотечно-информационной деятельности»**

1. Эволюция менеджмента как научной дисциплины. Значение школ и концепций менеджмента в современном управлении библиотечной деятельностью.
2. Формирование концепции библиотечного менеджмента. Объект и предмет библиотечного менеджмента.
3. Системный и ситуационный подходы как интеграционные концепции управления.
4. Современные модели управления БИД.
5. Особенности и основные направления научной организации труда в библиотеке.
6. Функциональное направление в библиотечном менеджменте.
7. Методы управления библиотекой: административные, экономические, социально-психологические.
8. Стратегическое планирование библиотечной деятельности: значение, этапы разработки и компоненты реализации стратегического плана.
9. Библиотека в системе социально-культурного программирования.
10. Контроль как функция управления библиотечной деятельностью: значение контроля в современном управлении, виды контроля, процесс контроля, поведенческие аспекты контроля.
11. Формирование и развитие трудовых ресурсов библиотечно-информационного учреждения.
12. Управленческие кадры библиотеки. Общая характеристика по особенностям содержания деятельности.
13. Организационная структура управления библиотекой.
14. Централизованные и децентрализованные организационные структуры управления библиотечно-информационным учреждением.
15. Делегирование полномочий как организационный фактор управления: сущность, значение, перспективы применения в библиотечном менеджменте.
16. Формирование горизонтальных связей управления библиотекой.
17. Коллегиальное управление библиотекой: значение, формы, методы.
18. Организационная культура библиотеки: определение, значение, факторы.
19. Информационное обеспечение управления библиотекой: виды управленческой информации, коммуникативные процессы и их организация.
20. Управленческое решение: определение, виды, методы, специфика и модели принятия управленческого решения в библиотечном менеджменте.
21. Руководитель в системе управления библиотекой: современные требования к профессии и личности менеджера.
22. Стили руководства распространенные в современном управлении библиотекой.
23. Руководство и лидерство в управлении современной библиотекой.
24. Библиотечный коллектив как объект управления: структура, формальные и неформальные группы, факторы эффективного управления.
25. Мотивация как функция управления
26. Этика деловых отношений в библиотеке.
27. Деловые контакты в управлении библиотекой.
28. Конфликты и управление ими в процессе руководства библиотекой.
29. Построение профессиональной карьеры библиотекаря.
30. Организация труда менеджера: постановка цели, принятие решений,

организация рабочего дня.

31. Особенности и основные направления научной организации труда в библиотеке.
32. Психологические аспекты управления библиотекой.
33. Учет индивидуально-психологических качеств личности в психологии менеджмента.
34. Специфические особенности библиотечного коллектива.
35. Управление инновационными процессами.
36. Общее управление качеством в библиотеках.
37. Понятие и основные концептуальные положения теории маркетинга.
38. Методология некоммерческого маркетинга.
39. Коммерческий маркетинг в условиях развития внебюджетной инициативной хозяйственной деятельности библиотеки.
40. Принципы библиотечного маркетинга: комфортность, уникальность, персонификация
41. Виды маркетинга, активно применяемые в библиотечно-информационной практике.
42. Внутренний маркетинг как инструмент воздействия на коллектив библиотеки.
43. Организационная культура библиотеки как критерий эффективности внутреннего маркетинга учреждения.
44. Ценовой маркетинг библиотечно-информационного учреждения.
45. Проблемы политики ценообразования на библиотечно-информационные услуги и продукцию.
46. Количественный и качественный маркетинг в библиотеке.
47. Концепция маркетинга для публичных библиотек Германии: история вопроса.
48. Использование ведущих принципов и инструментов маркетинга в современной отечественной информационно-библиотечной практике
49. Библиотечно-информационный маркетинг как специфический вид комплексной управленческой деятельности.
50. Социальные и экономические цели библиотечно-информационного маркетинга.
51. Компоненты маркетингового комплекса библиотечно-информационного учреждения.
52. Сущность и характерные черты библиотечно-информационных продукции и услуг.
53. Десять этапов схематической модели деятельности абстрактной библиотеки.
54. Специализированная маркетинговая служба библиотеки: основные задачи и направления работы.
55. Место и функции маркетингового контроля в библиотеке.
56. Маркетинговые исследования в библиотеке.
57. Сегментация информационного рынка, прогнозирование спроса.
58. Внедрение платных услуг в библиотеке: первый опыт применения элементов маркетинга.
59. Методы и направления политики коммуникации в библиотеке.
60. Деятельность библиотеки по установлению и поддержанию связей с общественностью.
61. Целевые группы публич-рилейшнз в библиотеке.
62. Контакты библиотеки со СМИ как форма ПР. Правила помещения сообщений о библиотеке в прессе.
63. Проблемы организации дополнительного внебюджетного ресурсного обеспечения библиотеки.
64. Фандрейзинг – одно из направлений смешанных методов осуществления ПР. Спонсорство, патронаж, благотворительность.
65. Роль библиотечных ассоциаций в публик-рилейшнз.
66. Годовой отчет библиотеки как средство рекламы и публик-рилейшнз.
67. Зарубежный и отечественный опыт публик-рилейшнз в библиотечно-информационных учреждениях.
68. Основные требования к рекламе библиотеки.
69. Организация рекламной деятельности библиотечно-информационного учреждения.
70. Печатная реклама библиотеки, составление рекламных текстов.
71. Виды библиотечной рекламы.
72. Пресс-релиз библиотеки.
73. Разработка фирменного стиля библиотечно-информационного учреждения.
74. Библиотечное предпринимательство на рынке рекламных услуг.

75. Виды библиотечного сервиса.
76. Опыт библиотек России по внедрению в практику маркетинговых концепций.
77. Имидж библиотеки: содержательный аспект.
78. Проблемы использования библиотечных фондов в коммерческих целях.
79. Эволюция маркетинга в зарубежном и отечественном библиотековедении.
80. Управление маркетингом в библиотеке.

**7.5. Задания для рубежных контролей, контрольные вопросы и контрольные практические задания определены в Фонде оценочных средств по учебной дисциплине «Менеджмент и маркетинг библиотечно-информационной деятельности»**

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **Основная литература:**

1. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности : учебное пособие / составители Е. В. Балашова, Ю. А. Черниенко. — Барнаул : АлтГИК, 2019. — 70 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/172649>.
2. Дворовенко, О. В. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности : учебно-методическое пособие / О. В. Дворовенко. — Кемерово : КемГИК, 2020. — 98 с. — ISBN 978-5-8154-0368-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/99289>
3. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учебное пособие для спо / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2021. — 544 с. — ISBN 978-5-8114-6272-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/177061>.
4. Шекова, Е. Л. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум : учебное пособие / Е. Л. Шекова, Г. Л. Тульчинский ; под редакцией Е. Л. Шековой. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2023. — 156 с. — ISBN 978-5-507-45589-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/278816>.

### **Дополнительная литература:**

1. Абалакова, О. В. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности : учебно-методическое пособие / О. В. Абалакова. — Кемерово : КемГИК, 2015. — 95 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/79365>.
2. Артемьева, Т. В. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования : учебное пособие / Т. В. Артемьева, Г. Л. Тульчинский. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2022. — 288 с. — ISBN 978-5-507-45312-2.
3. Делятицкая, А. В. Маркетинг : учебное пособие / А. В. Делятицкая, А. В. Косова. — М. : Российский государственный университет правосудия, 2016. — 120 с. — ISBN 978-5-93916-506-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/65864.html>
4. Зарецкая, Е. В. Маркетинг : методические рекомендации по выполнению практических работ / Е. В. Зарецкая. — М. : Московская государственная академия водного транспорта, 2014. — 64 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/47937.html>
5. Ключев В.К., Ястребова Е.М. Маркетинг в системе управления библиотекой: Учеб. пособие/МГУК.- М., 2014. - 132 с.
6. Костылева, С. Ю. Экономический маркетинг : учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент» / С. Ю. Костылева. — Саратов : Вузовское образование, 2015. — 187 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS :

[сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/34306.html>

7. Мангутов, И. С. Менеджмент социально-экономических систем : история отечественного управления. Учебное пособие / И. С. Мангутов, А. А. Петров. — СПб. : Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2014. — 252 с. — ISBN 978-5-9227-0503-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/30004.html> Анисимов, А. А. Менеджмент в сфере информационной безопасности / А. А. Анисимов. — М. : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016. — 212 с. — ISBN 978-5-9963-0237-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/52182.html>
8. Попов, А. А. Общий менеджмент : учебное пособие / А. А. Попов, Д. А. Попов. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 567 с. — ISBN 978-5-905916-99-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/42931.html>
9. Родионова, Н. В. Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль 1 : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / Н. В. Родионова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 415 с. — ISBN 978-5-238-02275-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/52061.html>

#### **Интернет-ресурсы:**

1. Библиотека менеджмента. — (<http://management-rus.ru/management.php>).
2. Университетская электронная библиотека In Folio <http://infofolio.asf.ru/index.asp>
3. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» <http://e.lanbook.com>
4. Электронно-библиотечная система "ЭБС IPRBooks" <http://www.iprbookshop.ru>
5. Библиотека учебной и научной литературы. Русский Гуманитарный Интернет Университет — [WWW.I:U.RU](http://WWW.I:U.RU)

#### **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

После чтения вводной лекции по учебной дисциплине «Менеджмент и маркетинг библиотечно-информационной деятельности» преподаватель обязан ознакомить обучающихся:

- с темами лекций и методикой их конспектирования;
- планами семинарских занятий и методикой их проведения;
- с вопросами для самостоятельной работы и методикой контроля за их изучением;
- с вопросами, критериями сдачи зачета и методикой его проведения.

Перед проведением очередного семинарского занятия обучающийся обязан:

отработать в конспекте все вопросы к данному занятию в объеме, обеспечивающем четкие, ясные и конкретные (с примерами) ответы;

- отработать (конспективно) по данной теме вопросы, отнесенные к разделу изучаемых обучающийся самостоятельно.

Для выполнения поставленных задач обучающийся:

- осуществляет подбор необходимой учебной, научной, учебно-методической литературы и первоисточников (дается в Программе курса или на очередной лекции);
- прочитывает отобранную литературу по каждому вопросу, а затем составляет конспект или тезисы ответа.
- отчитывается об изучении вопросов на консультациях, при выполнении ректорских контрольных работ и других форм текущих и остаточных знаний.

**Условиями для успешной самостоятельной работы являются:**



1. Целеустремленность и сознательная активность:
  - а) осознанная постановка цели, конкретизация своих задач на самостоятельную работу,
  - б) выбор способа действий, средств,
  - в) волевые усилия,
  - г) анализ сделанного, постановка новых задач.

2. Систематичность и планомерность.

### **Формы и методы изучения и конспектирования работ.**

В работе над литературой можно выделить 3 этапа:

**1. Ознакомительный.** в ходе которого вы знакомитесь о каталоге библиотеки, делаете выборку к теме, заказываете литературу в библиотеке. (учебники, учебные пособия, разработки тем планов, первоисточники и т.д.)

### **2. Этап чтения литературы.**

К чтению есть определенные требования:

- 1) систематичность чтения, т.е. читать не от раза к разу, а ежедневно, желательно с записями в тетрадях и со своими итоговыми выводами (резюме).
- 2) Осмысленность чтения, т.е. надо овладевать понятийным аппаратом.

### **3. Этап ведение рабочих записей.**

а) можно вести т. н. тематические тетради, в которых делать выписки к определенным темам, а также вести доработку лекций на полях или в самом тексте.

б) основными формами записи прочитанного могут быть: план, тезисы, конспект.

**I. Составление плана прочитанного.** Запись в форме плана означает перечисление главных вопросов. В результате получается как бы сжатая схема изучаемого материала. Несколько иначе выглядит развернутый план. Его назначение не только зафиксировать главное в тексте, но и дать необходимое обоснование этой мысли, (цифровые данные, интересные выражения, факты). Причем вопросы плана можно изложить и своими словами и словами автора.

**II.** Весьма ценным видом записи при чтении являются тезисы. (Основные положения, утверждения от греческого "Teas" - утверждаю). Тезисы составляют промежуточное положение между планом и конспектом. В них кратко дается основное содержание книги. Перед тем, как записывать тезисы, прочитанный текст разделяют на небольшие части - разделы, параграфы или же абзацы в соответствии с планом и затем формулируют сущность прочитанного своими словами, как бы отвечая на вопрос: что именно здесь утверждает, защищает автор. Тезисы позволяют в краткой форме записать обобщение и выводы о прочитанном. Тезисы называются простыми, если выписанные мысли ничем не подтверждаются и сложными, если они подкрепляются доводами, аргументами.

Следовательно, при составлении тезисов необходимо глубоко продумать, понять содержание книги, статьи, уметь выделить основные положения и кратко их сформулировать.

**III.** Составление конспекта прочитанного - это наиболее сложный и содержательный метод записывания при работе с книгой, потому что он объединяет в себе все виды записи и вместе с тем представляет собой нечто более цельное и своеобразное. Конспект книги (от лат. "коспектус" - обзор) - это краткое, последовательное изложение основного содержания книги, лекции, записанное в последовательной форме, и освобожденное от повторений и т. д. В тоже время в конспекте следует привести, помимо основных мыслей автора, выписки и цитаты, подтверждающие основные положения и выводы, вытекающие из книги. Некоторым, начинающим работать с книгой, кажется, что на конспектирование уходит много времени. Однако нужно понять, что творческие записи в виде конспекта, экономят время, способствуют глубокому изучению материала. Требуемое для конспектирования время будет неуклонно уменьшаться по мере приобретения навыков чтения и краткого изложения прочитанного.

Ценность конспекта повышается, когда в нем содержится не только краткий пересказ произведения, но и собственные мысли, когда конспект является плодом раздумий его составителя. (Нужно тоже делать выход на современность).

### **Методика записей:**

1. Записывать следует самое главное и по возможности наиболее кратко (запись должна быть сжата и лаконична).
2. Начинать запись надо с тщательно проверенных библиографических данных:
  - фамилия и инициалы авторов,
  - название книги или статьи (полное),
  - место и год издания, издательство и т. д.
  - номера журнала или выпуска,
  - краткий исторический очерк времени написания книги и т. д.
3. В тетрадях рекомендуется оставлять широкие поля для последующих вставок, дополнений, записей своих мыслей.
4. Записи должны делаться только после окончания чтения данной книги.

## **10. Материально-техническое обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Менеджмент и маркетинг библиотечно-информационной деятельности»**

При освоении дисциплины используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Перечень основного оборудования: специализированная учебная мебель, технические средства обучения, учебно-наглядные пособия.

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая список программного обеспечения и информационных справочных систем**

### **Список программного обеспечения**

#### **Лицензионное программное обеспечение:**

1. Microsoft Windows 10
2. Microsoft Office 2010 (Word, Excel, PowerPoint)
3. Access 2013 Acdmc

#### **Свободно-распространяемое или бесплатное программное обеспечение**

1. Microsoft Security Essentials
2. 7-Zip
3. Notepad++
4. Adobe Acrobat Reader
5. WinDjView
6. Libreoffice (Writer, Calc, Impress, Draw, Math, Base)
7. Scribus
8. Moodle.

#### **Справочные системы**

1. Справочно-правовая система «ГАРАНТ»
2. Система проверки на заимствования «ВКР-ВУЗ»
3. Культура. РФ. Портал культурного наследия
4. Культура России. Информационный портал

#### **Электронно-библиотечные системы:**

- Электронно-библиотечная система издательства «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>
- Электронно-библиотечная система «ЭБС IPRsmart» <http://www.iprbookshop.ru>

## **12. Материально-техническая база, рекомендуемая для адаптации электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа инвалидов**

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.