

Подписан: Колесникова Марина Евгеньевна

Дата: 2021-08-28 10:30:46

Информация о владельце:

ФИО: Колесникова Марина Евгеньевна

Должность: директор Гуманитарного института

Дата подписания: 04.07.2024 14:16:38

Уникальный программный ключ:

f2fdf4a043418602989d134129dbde65f78623d5

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Рекламные технологии в библиотечно-информационной деятельности
Содержание	Рекламно-информационные технологии библиотечной деятельности. РИБД в организационно-технологическом освещении. Организация и технология проведения рекламных кампаний в библиотеках. Социотехнологические характеристики прямой библиотечной рекламы. Технология наружной и внутренней рекламы. Технология печатной рекламы. Технология живописно-графической и выставочно-постерной рекламы. Технология библиотечной медиарекламы. Технология имиджевой рекламы. Технология подготовки рекламных сообщений.
Реализуемые компетенции	ПК-4 Готов к реализации технологических процессов библиотечно-информационной деятельности
Результаты освоения дисциплины (модуля)	ПК-4 Знать: атрибутивные признаки технологичной деятельности, компонентную структуру и видовую классификацию библиотечно-информационных технологий; номенклатуру информационных и библиотечных процессов, средств и методов их реализации; классификацию и назначение документов, регламентирующих библиотечно-информационные технологии; технологические процессы библиотечно-информационной деятельности: – технологии поиска информации; – теорию и технологию формирования, обработки, классификации документных фондов, электронных информационных ресурсов; – технологию формирования справочно-поискового аппарата; состав, структуру, поисковые возможности системообразующих компонентов СПА (традиционных и электронных), их взаимосвязь; – структуру информационного рынка, состав, структуру, закономерности формирования и использования информационных ресурсов; – классификацию и номенклатуру библиотечно-информационных продуктов и услуг, предлагаемых на современном информационном рынке; – основные подходы к оценке качества библиотечно-информационных продуктов и услуг; возможности использования библиотечно-информационных продуктов и услуг в библиотечно-информационном обслуживании. Уметь: классифицировать библиотечно-информационные технологии; устанавливать соответствия между информационными и библиотечными процессами, осуществлять выбор методов их реализации; осуществлять выбор актуальных информационно-коммуникационных технологий для решения учебных, научных, практических и управленческих задач; определять назначение и выявлять специфику документов, регламентирующих библиотечно-информационные технологии; осуществлять комплектование, учет, обработку, размещение и хранение библиотечного фонда, организовывать работу с документами различных видов; применять общую и специальные технологии создания электронных информационных ресурсов; осуществлять библиографический поиск, библиографирование и формирование справочно-поискового аппарата библиотеки с целью раскрытия содержания фонда и его использования; осуществлять поиск информации, применять

	технологии формирования, обработки, классификации, сохранения и предоставления пользователям различных видов информационных ресурсов в разных областях знания и практической деятельности; классифицировать библиотечно-информационные продукты и услуги и выявлять их потребительские свойства; осуществлять выбор и разрабатывать ассортимент актуальных для библиотечно-информационного учреждения библиотечно-информационных продуктов и услуг Владеть: профессиональной терминологией в сфере библиотечно-информационных технологий; технологическим подходом к анализу информационной и библиотечной деятельности; технологическими процессами формирования документных фондов библиотек; методами структурирования информации в электронных информационных ресурсах (базах данных, электронных коллекциях, электронных библиотеках, сайтах); технологическими процессами формирования отдельных компонентов СПА библиотеки; методами поиска, отбора, обработки, классификации, формирования, сохранения и предоставления пользователям информационных ресурсов; технологией подготовки и предоставления информационных продуктов и услуг различным категориям пользователей.
Трудоемкость, з.е.	3 з.е.
Форма отчетности	6 семестр - зачет
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1.Алешин, Л. И. Мультимедиа и реклама : учеб. пособие / Леонид Ильич Алешин.– Москва : Литера, 2018.– 374 с. 2.Балашова, Е. В. Библиотечная реклама: традиции и современные направления : учеб.-метод. пособие / Е. В. Балашова.– Москва : Литера, 2018.– 185 с. 3.Международная реклама : учебник и практикум для академического бакалавриата : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности "Мировая экономика" / Светлана Васильевна Карпова; Финансовый ун-т при Правительстве Российской Федерации.– 3-е изд., перераб. и доп.– Москва : Юрайт, 2018.– 472, [1] с., [16] л. цв. ил.
Дополнительная литература	1.Абабков, Ю. Н. Реклама в туризме : учеб. для вузов / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова.– Москва : Инфра-М, 2013.– 170 с. 2.Багиев, Г.Л. Маркетинг: учебник для вузов. 3-е изд. / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – СПб.: Питер, 2012. – 736 с. 3.Борисова, О.О. Рекламно-информационные технологии в библиотечной деятельности: учебно-практич. пособие / О.О. Борисова.- СПб.: Профессия, 2012.- 320 с. 4.Борисова, О. О. Рекламные и выставочные технологии в библиотечно-информационной деятельности: учеб.-практ. пособие / О. О. Борисова.– 2-е изд., перераб. и доп.– М. : Литера, 2012.– 152 с. 5.Борисова, О.О. Реклама в библиотеке: учебно-практич. пособие / О.О. Борисова.- СПб.: Либерея-Бибинформ, 2012.- 215 с. 6.Головлева, Е.Л. Основы рекламы / Е.Л. Головлева. – М.: ОАО «Московские учебники», 2012. – 271 с. 7.Маркетинг: учебник. / под ред. проф. Т. Н. Парамоновой. – 5-е изд.,

	стер. – М.: КНОРУС, 2012. – 360 с. 8. Наружная реклама / сост. Н. В. Аниськина, Т. Б. Колышкина. – Москва : Форум : Инфра-М, 2013. – 207 с. 9. Пименов, П.А. Основы рекламы / П.А. Пименов. – М.: Гардарики, 2012. – 399 с. 10. Социальная реклама : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, / Лариса Михайловна Дмитриева, [и др.]; ред. Лариса Михайловна Дмитриева. – Москва : ЮНИТИ, 2014. – 270, [1] с. : ил.
--	--