

Подписан: Колесникова Марина Евгеньевна

Дата: 2021-08-28 10:30:47

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	Маркетинг библиотечно-информационной деятельности
Содержание	Маркетинг библиотечно-информационных услуг. Маркетинговая служба в структуре управления библиотекой. Маркетинговая среда библиотеки. Внутренний маркетинг как инструмент управления коллективом библиотеки. Организация маркетинговых исследований в библиотеке. Общественные коммуникации в библиотеке. Библиотечная реклама. Фандрейзинг в библиотеке.
Реализуемые компетенции	ПК-7 Готов использовать технологии менеджмента и маркетинга, участвовать в принятии компетентных управленческих решений в функциональной профессиональной деятельности на основе применения нормативно-правовых актов.
Результаты освоения дисциплины (модуля)	ПК-7 Знать: общую теорию и технологии менеджмента библиотечно-информационной деятельности; нормативно-правовую документацию, регламентирующую библиотечно-информационную деятельность; особенности организации планирования, учета и отчетности в библиотеках и информационных службах, статистические показатели библиотечной и информационной деятельности; технологию проведения маркетинговых исследований, их виды и требования к организации; особенности разработки и реализации комплекса маркетинга в традиционной и электронной среде; особенности организации и реализации маркетинговых коммуникаций в традиционной и электронной среде. Уметь: принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций в деятельности библиотеки; вести итоговые показатели деятельности; осуществлять статистический анализ деятельности библиотеки; применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности; обеспечивать эффективную работу с потоками информации для принятия организационных и управленческих решений в библиотечно-информационной сфере; проводить маркетинговые библиотечные исследования и использовать маркетинговые коммуникации для продвижения на рынке библиотечно-информационных продуктов и услуг; разрабатывать и реализовывать маркетинговую стратегию для продвижения библиотечно-информационных учреждений. Владеть: современными методами менеджмента профессиональной деятельности в библиотечно-информационной сфере; методами статистического анализа деятельности библиотеки; технологиями поиска нормативно-правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность в библиотечно-информационной сфере; методами маркетинговых исследований, способами анализа собранной маркетинговой информации, контроля и оценки организации маркетинговой деятельности библиотеки; технологиями реализации маркетинговой стратегии библиотеки.
Трудоемкость, з.е.	6 з.е
Форма отчетности	6 семестр – зачет, 7 семестр – зачет с оценкой

Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Дворовенко, О.В. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности : учебно-методическое пособие / О.В. Дворовенко ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт информационных и библиотечных технологий, Кафедра технологии документальных коммуникаций. - Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2018. - 98 с. : табл. - ISBN 978-5-8154-0368-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472586 2. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности : учебно-методический комплекс дисциплины / Министерство культуры Российской Федерации, ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет культуры и искусств», Институт информационных и библиотечных технологий, Кафедра технологии документальных коммуникаций и др. - Кемерово : КемГУКИ, 2018. - 95 с. : ил. - Библ. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438739 3. Информационный маркетинг : учебно-методический комплекс / сост. О.В. Абалакова ; Министерство культуры Российской Федерации, ФГБОУ ВПО "Кемеровский государственный университет культуры и искусств", Институт информационных и библиотечных технологий и др. - Кемерово : КемГУКИ, 2018. - 82 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274195
Дополнительная литература	1. Информационный маркетинг : учебно-методический комплекс / Министерство культуры Российской Федерации, ФГБОУ ВПО "Кемеровский государственный университет культуры и искусств", Институт информационных и библиотечных технологий, Кафедра технологии документальных коммуникаций и др. - Кемерово : КемГУКИ, 2013. - 82 с. : ил., табл. - Библ. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274195 2. Петушко, Н.Е. Библиотечный маркетинг: учеб.-метод. пособие / Н.Е. Петушко. – Мн.: Бел. гос. ун-т культуры и искусств, 2012. – 116 с. 3. Басамыгина И.Н., Апанасенко А.А. Маркетинг как технология управления современной библиотекой: Научно-практическое пособие / И.Н. Басамыгина, А.А. Апанасенко. –М.: Литера, 2012. – 128 с. 4. Сулова И.М., Клюев В.К. Менеджмент библиотечно-информационной деятельности: учеб. для вузов культуры и искусств / И.М. Сулова, В.К. Клюев; под общ. ред. И.М. Суловой; МГУКИ. – СПб.: Профессия, 2012. – 600 с. 5. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности: учебник / В.В. Брежнева, Н.Ю. Дементьева, Н.В. Жадько и др.; науч. ред. В.К. Клюев. - Санкт-Петербург : Профессия, 2017. - 239 с.