**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ**

**ОРГАНИЗАЦИИ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Факультет | ФКДиТ |
| 2 | Направление подготовки | БИД |
| 3 | Наименование дисциплины | Маркетинг библиотечно-информационной деятельности |
| 4 | Курс(ы) обучения | 3 |
|  | ФИО преподавателя | Корнеева Юлия Владимировна |
|  | Способ обратной связи с педагогом | [guliacor@mail.ru](mailto:guliacor@mail.ru) электронная почта педагога и специально организованная (закрытая) группа в социальной сети Вконтакте:  <https://vk.com/im?peers=c60_c59&sel=c58> |
| 5 | Дополнительные материалы (файлы, ссылки на ресурсы и т.п.) | http://www.marketch.ru/ - Интернет-проект «Записки маркетолога».  https://texterra.ru/ - Сайт агентства Интернет-маркетинга.  http://www.4p.ru/ - Форум маркетологов, аналитические материалы, магазин исследований и ряд бесплатных сервисов для маркетологов и компаний.  http://www.advertology.ru/ - Подборка новостей и аналитических статей о рекламе, маркетинге и PR.  http://russianmarket.ru/ - Информационно-аналитический портал Российский рынок.  http://www.rwr.ru/ - портал «Реклама в России».  http://www.sovetnik.ru/ - Интернет-портал для PR-специалистов. |
| 6 | Срок предоставления выполненного задания | 23 марта 2020 года срок рассылки задания, которое отправлено в беседу.  Промежуточная аттестация еженедельная по расписанию дисциплины: пятница14:00 представить отчет по выполнению. |

**Инструкция для студентов по выполнению задания**

Все задания должны быть выполнены в полном объеме в соответствии с требованиями и в указанный срок (см. таблицу). В случае затруднения при выполнении задания Вы можете обратиться к преподавателю за консультацией, используя тот способ связи, который указан в таблице.

Задания для 3 курса группы № 350 а

Задание № 1

Тема «Комплексный анализ рынка,

потребителей и библиотечно-информационных услуг»

Цель работы: развитие умения видеть проблемы и противоречия, способности формулировать их, способности группировать и классифицировать однородные объекты, развитие способности у студентов к анализу, прогнозированию, постановке и решению проблем.

Задание и методика выполнения:

1. Анализ деятельности библиотеки:

- выбрать библиотеку, составить выявление ее достижений и недостатков, сильных и слабых сторон;

- определение основных направлений в работе, что именно необходимо сделать на данном этапе;

- изучение социологических исследований, проведенной данной библиотекой (чтобы знать, кто посещает библиотеку, кто и почему не посещает, какие меры могут повлиять на работу библиотеки); прогнозирование деятельности библиотеки.

2.Анализ круга потенциальных пользователей:

- выявление основных целевых групп, с которыми может работать библиотека;

- изучение их запросов: какие услуги они хотели бы получить за плату и какие бесплатно и др.;

- пользуется ли библиотека авторитетом у населения, если не пользуется, то почему.

3. Анализ имеющихся ресурсов:

- что может предложить библиотека в данный момент и что необходимо приобрести в первую очередь;

- создание номенклатуры возможных услуг с расчетом затрат и прибыли;

- поиск партнеров для сотрудничества.

4. Изучение взаимодействий систем: « Библиотека – читатель», «Библиотека – общество», «Библиотека - партнеры».

Активная и интерактивная работа: тренинг по комплексному анализу рынка, потребителей и библиотечно-информационных услуг.

Методические указания по применению: 1) анализ существующей базы источников по рассматриваемой теме; обобщение и синтез точек зрения, представленных в источниковой базе; моделирование на основе полученных данных и данных статистики авторского видения в раскрытии поставленной темы; 2) работа в 3-х группах по разработке проекта по сегментированию исследуемого рынка.

Задание № 2

Тема «Составление анкеты»

Цель работы:ознакомление студентов с методикой составления анкетирования и сбора социологической информации.

Задание и методика выполнения:

1. Провести анкетирование по разработанным анкетам, осуществить обработку полученных результатов и сделать выводы о состоянии исследуемых объектов.

2. Обсуждение типов методических ошибок при проведении исследований.

3. Разобраться в способах построения прогнозов.

Активная и интерактивная работа: тренинг по составлению анкет, сбору и анализу информации и построению прогнозов.

Методические указания по применению: 1) установка на выполняемое задание, 2) самостоятельная работа по составлению анкет, 3) презентация и обсуждение составленной анкеты, 4) подведение итогов и семинар по социологическим исследованиям.

Практическая работа №3. Тема «Изучение читательского спроса как один из видов анализа потребительского рынка библиотечно-информационных продукции и услуг»

Цель работы: студенты должны раскрыть это направление в работе библиотеки, рассмотреть задачи, цели, методы изучения читателей, как важнейшего направления в библиотечной работе.

Задание и методика выполнения: студентам предлагаются материалы по которым они должны выявить: задачи и организации изучения чтения, принципы, читательские интересы и их виды, методы изучения читателей, методические подходы к изучению читателей. Провести опрос (онлайн) по изучению какого-либо аспекта читательского спроса.

Активная и интерактивная работа: тренинг по изучению читательского спроса как один из видов анализа потребительского рынка библиотечно-информационных продукции и услуг.

Методические указания по проведению: 1) установка на выполняемое задание; 2) работа в группах 5-7 человек по выполнению задания; 3) публичная презентация и защита группового проекта; 4) обсуждение и подведение итогов выполнения задания и работы в группах.

**Список источников:**

**Основная учебная литература**

1. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности [Электронный ресурс] : учебник для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.06 «Библиотечно-информационная деятельность» (уровень «бакалавриата»). - Электрон. дан. - Санкт-Петербург : Профессия, 2017. - 240 с. : col. - (Бакалавр библиотечно-информационной деятельности : учебник). - Режим доступа : <http://biblio.profy-lib.ru/book/-/pdf/62042>

**Дополнительная литература**

1. Дворовенко, О. В. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности: учебно-методическое пособие : для обучающихся по направлению подготовки: 51.03.06 "Библиотечно-информационная деятельность"/ О. В. Дворовенко .— Кемерово : Издательство КемГИК, 2016 .— 98 с. — Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/614379/info>
2. Клюев, В.К. Маркетинговая ориентация библиотечно-информационной деятельности. (Маркетинг в системе управления библиотекой) [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов и колледжей культуры и искусств / Е.М. Ястребова, В.К. Клюев .— 2-е изд., дораб. и доп. — 1999 .— 105 с. — Под общ. ред. В.К. Клюева .— Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/137257>