Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по профессиональному модулю
ПМ.02. Организационно-управленческая деятельность
Экономика и менеджмент библиотечного дела
Библиотечный маркетинг
Тема «Принципы и функции маркетинга»

Самостоятельная работа: Составить словарь базовых терминов маркетинга.

Целью самостоятельной работы является знакомство с основным понятийным аппаратом изучаемой дисциплины.

Студент должен знать:
- основные понятия и термины маркетинга.

Студент должен уметь:
- объяснять значение понятия или термина.

Задание: Составить словарь базовых терминов маркетинга. Дать определение основным терминам, используя литературу по курсу, справочные издания по библиотечному делу и смежным областям знания. Указать цитируемые источники.

Требования к оформлению работы:
работа выполняется в рабочей тетради.

Критерии оценки:
«Отлично» - без ошибок.
«Хорошо» - 1-2 ошибки.
«Удовлетворительно» - 3-4 ошибки.
«Неудовлетворительно» - более 4 ошибок.

Рекомендуемая литература:
1. Голубков, Е. П. Маркетинг [Текст]: словарь-справочник / Е. П. Голубков. – М.: Дело, 2000. - 438, [1] с.: ил.
2. Гришанин, Н. В. Брендинг [Текст]: учебное пособие / Н. В. Гришанин; Московский государственный университет печати.– М.: МГУП, 2009. – 280 с.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер; перевод с английского В. Б. Боброва. – СПб.: Коруна, 1994. - 697, [1] с.: ил.

Тема «Некоммерческий маркетинг: понятие, особенности, цели и задачи»

Самостоятельная работа: Сравнение коммерческого и некоммерческого маркетинга по ряду показателей.

Целью самостоятельной работы является выявление особенностей коммерческого и некоммерческого маркетинга.

Студент должен знать:
- основные особенности коммерческого и некоммерческого маркетинга.

Студент должен уметь:
- объяснять, чем отличается коммерческий маркетинг от некоммерческого.

Задание: Сравнить коммерческий и некоммерческий маркетинг по ряду показателей. Для сравнения необходимо заполнить следующую таблицу.

Критерий сравнения	Некоммерческий маркетинг	Коммерческий маркетинг
Область применения		
Цели маркетинга		
Преимущества данного вида маркетинга		
Ожидание прибыли		

Конкуренция		
Категории клиентов		

Требования к оформлению работы:
работа выполняется в рабочей тетради.

Критерии оценки:
«Отлично» - без ошибок, 1 ошибка.
«Хорошо» - 2 ошибки.
«Удовлетворительно» - 3-4 ошибки.
«Неудовлетворительно» - более 4 ошибок.

Рекомендуемая литература:

1. Грачев, А. С. PR – служба компании [Текст]: практическое пособие / А. С. Грачев, Е. Г. Спирина. – М.: Дашков и К, 2009. – 160 с.
2. Клюев, В. К. Маркетинговая ориентация библиотечно-информационной деятельности [Текст]: (маркетинг в системе управления библиотекой): учебное пособие для вузов и колледжей культуры / В. К. Клюев, Е. М. Ястребова; Московский государственный университет культуры и искусств. - 2-е изд., дораб. и доп. - М.: Профиздат, 2002. - 142, [1] с.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер; перевод с английского В. Б. Боброва. – СПб.: Коруна: Литера плюс, 1994. - 697, [1] с.: ил.
4. Суслова, И. М. Менеджмент библиотечно-информационной деятельности [Текст]: учебник для вузов культуры и искусств / И. М. Суслова, В. К. Клюев; Московский государственный университет культуры и искусств. – СПб.: Профессия, 2010. - 600 с. - (Библиотека).

Тема «Развитие библиотечных услуг»

Самостоятельная работа: Проанализировать услуги библиотеки.

Целью самостоятельной работы является изучение и анализ услуг Архангельской областной научной библиотеки им. Н. А. Добролюбова.

Студент должен знать:
- услуги, предоставляемые библиотеками бесплатно;
- услуги, которые могут предоставляться на платной основе.

Студент должен уметь:
- классифицировать библиотечные услуги.

Задание: Предлагается перечень услуг Архангельской областной научной библиотеки им. Н.А. Добролюбова. Необходимо внимательно ознакомиться с ним.

ПЕРЕЧЕНЬ БЕСПЛАТНЫХ УСЛУГ

1. Предоставление информации о наличии конкретного документа в фонде библиотеки.
2. Предоставление информации о составе библиотечного фонда через систему каталогов и картотек.
3. Виртуальная справочная служба «Спроси библиотекаря».
4. Поиск информации в электронных каталогах и базах данных.
5. Консультационная помощь в поиске и выборе источников информации.
6. Предоставление во временное пользование документов из фонда библиотеки.
7. Предварительный заказ документов.
8. Продление срока пользования документами, выданными из фонда библиотеки во временное пользование на дом.
9. Доставка и предоставление во временное пользование документов из других библиотек, отсутствующих в фонде АОНБ имени Н.А.Добролюбова.
10. Предоставление информации о составе библиотечного фонда через формы массового информирования (выставки новых поступлений, бюллетени).
11. Поиск информации в Сводном каталоге библиотек Архангельской области.

12. Предоставление компьютерной техники для работы с электронным каталогом в помещении библиотеки.
13. Предоставление доступа к электронным базам данных и оборудования для работы с ними и веб-порталами государственных и муниципальных органов власти и управления в помещении библиотеки.
14. Доступ к электронным книгам.
15. Бронирование документов для работы в читальных залах отделов обслуживания и отделе городского абонемента.
16. Доступ к информационно-методическим материалам.
17. Предоставление информации о составе библиотечных фондов общедоступных библиотек Архангельской области.
18. Предоставление возможности посещения художественных выставок и массовых мероприятий в помещении библиотеки.
19. Предоставление возможности участия в обучающих мероприятиях по работе с электронными информационными ресурсами (семинарах, презентациях, тренингах).
20. Доступ к материалам обучающих семинаров.
21. Предоставление возможности обучения основам библиотечно-библиографических знаний («Школа ББЗ»).
22. Предоставление возможности посещения экскурсии по библиотеке.
23. Информационное сопровождение деятельности специалистов государственных и муниципальных учреждений культуры.
24. Доступ к информационным материалам для менеджеров и специалистов сферы культуры.
25. Предоставление доступа к сети Интернет по технологии WiFi с персональных устройств пользователей.
26. Внестационарное обслуживание жителей Приморского, Холмогорского районов, г. Архангельска при помощи мобильного комплекса информационно-библиотечного обслуживания (КИБО).

Как вы считаете, какие из перечисленных выше услуг библиотека может осуществлять в удаленном on-lein режиме через свой сайт для удаленных пользователей? (Перечислить цифры, выбранных вами услуг из перечня, приведенного выше.)

Какие из перечисленных услуг относятся к комплексу справочно-библиографических услуг? (Перечислить цифры, выбранных вами услуг из перечня, приведенного выше.)

Какие услуги относятся к услугам абонирования документов, то есть предоставление пользователям документов во временное пользование, как внутри библиотеки, так и за ее пределами? (Перечислить цифры, выбранных вами услуг из перечня, приведенного выше.)

Какие услуги относятся к образовательному, культурно-массовому обслуживанию? (Перечислить цифры, выбранных вами услуг из перечня, приведенного выше.)

В данном перечне оказываемых услуг упоминаются и библиотечные продукты. Что вы понимаете под термином «библиотечный продукт»? Перечислите продукты АОНБ им. Н.А. Добролюбова, о которых шла речь в перечне.

Требования к оформлению работы:

работа выполняется в рабочей тетради.

Критерии оценки:

«Отлично» - без ошибок, 1 ошибка.
«Хорошо» - 2 ошибки.
«Удовлетворительно» - 3-4 ошибки.
«Неудовлетворительно» - более 4 ошибок

Тема «Виды маркетинговых исследований»

Самостоятельная работа: Провести опрос о качестве и ассортименте библиотечных услуг.

Целью самостоятельной работы является изучение качества, разнообразия и удовлетворенности читателей услугами библиотеки.

Студент должен знать:

- ассортимент библиотечных услуг;
- основные методы маркетинговых исследований.

Студент должен уметь:

- пользоваться методом интервьюирования;
- пользоваться методом анкетирования.

Задание: 1. Составить вопросы для интервью с руководителем библиотеки. Вопросы могут быть разными, но они должны в той или иной степени затрагивать маркетинговую деятельность библиотеки, библиотечные продукты и услуги, их рекламу. Количество вопросов в диапазоне от 8 до 15.

2. Составить анкету для реальных и/или потенциальных пользователей библиотеки (например: какими услугами они пользуются и как часто, что они знают о библиографических и информационных продуктах библиотеки, устраивает ли их справочная информация о работе библиотеки и проводимых ею мероприятиях и т.д.). Форма анкеты может быть любой: вопросы с открытым ответом, вопросы с выборочным ответом, вопросы с альтернативным ответом, вопросы с оценочной шкалой и т.д. Количество вопросов в анкете - на усмотрение студента

Требования к оформлению работы:

работа выполняется в на листах формата А4.

Критерии оценки:

«Отлично» - без ошибок, 1 ошибка.

«Хорошо» - 2 ошибки.

«Удовлетворительно» - 3-4 ошибки.

«Неудовлетворительно» - более 4 ошибок.

Тема «Маркетинговая среда библиотеки»

Самостоятельная работа: Проанализировать маркетинговую среду библиотеки.

Целью самостоятельной работы является изучение и анализ маркетинговой среды библиотеки.

Студент должен знать:

- факторы микросреды библиотеки;
- факторы макросреды библиотеки.

Студент должен уметь:

- анализировать влияние различных факторов на маркетинговую среду библиотеки.

Задание: Проанализировать маркетинговую среду библиотеки, ее слабые и сильные стороны, а также факторы, влияющие на формирование ее микро и макросреды. Для анализа можно выбрать библиотеку, в которой проходили практику, либо ту, которую чаще посещаете.

Анализ маркетинговой среды проводится по следующей схеме:

1. Характеристика библиотеки (тип библиотеки, ее структурные подразделения, приоритетные направления деятельности, основные категории пользователей).
2. Факторы микросреды библиотеки (сотрудники библиотеки – возраст, образование, численность; работает ли библиотека с удаленными пользователями и каким образом, что делает для привлечения новых читателей; организации-партнеры (с кем сотрудничает библиотека в области комплектования фондов, проведения различных мероприятий; организации-конкуренты библиотеки).

3. Факторы макросреды библиотеки (что оказывает наибольшее влияние на деятельность библиотеки – демографические, экономические, политические, природные, географические, социально-культурные и др. факторы).

4. Сильные стороны библиотеки (направления деятельности, которые наиболее успешно развиваются; наиболее востребованные продукты и услуги; формы мероприятий популярные у читателей).

5. Слабые стороны библиотеки (по каким направлениям работа библиотеки должна быть улучшена или скорректирована: низкий уровень автоматизации, узкий спектр услуг, плохое комплектование и большое количество лакун в фонде; как ведется работа с фондом, какие меры принимаются по сохранности фонда; хорошо ли раскрыты фонды и ресурсы для читателей, какими способами библиотека это делает).

6. Реклама и продвижение библиотечных продуктов и услуг (какие мероприятия проводятся для создания позитивного имиджа библиотеки, как идет работа по продвижению продуктов и услуг библиотеки; с кем в этом направлении сотрудничает библиотека).

Требования к оформлению работы:

работа выполняется в рабочей тетради.

Критерии оценки:

«Отлично» - без ошибок, 1 ошибка.

«Хорошо» - 2 ошибки.

«Удовлетворительно» - 3-4 ошибки.

«Неудовлетворительно» - более 4 ошибок.

Рекомендуемая литература:

1. Клюев, В. К. Маркетинговая ориентация библиотечно-информационной деятельности [Текст]: (маркетинг в системе управления библиотекой): учебное пособие для вузов и колледжей культуры / В. К. Клюев, Е. М. Ястребова; Московский государственный университет культуры и искусств. - 2-е изд., дораб. и доп. - М.: Профиздат, 2002. - 142, [1] с.

2. Паршукова, Г. Б. Маркетинговые основания в библиотечной деятельности [Текст]: учебное пособие / Г. Б. Паршукова; Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения РАН. - Новосибирск: ГПНТБ СО РАН, 2005. - 151 с.: ил.

3. Суслова, И. М. Менеджмент библиотечно-информационной деятельности [Текст]: учебник для вузов культуры и искусств / И. М. Суслова, В. К. Клюев; Московский государственный университет культуры и искусств. – СПб.: Профессия, 2010. - 600 с. - (Библиотека).

Тема «Продвижение библиотечной продукции и услуг»

Самостоятельная работа: Составить план проведения PR-компании в библиотеке.

Целью самостоятельной работы является изучение деятельности библиотеки по установлению связей с общественностью и возможностей продвижения своих продуктов и услуг.

Студент должен знать:

- средства и приемы установления связей с общественностью;
- возможности продвижения библиотечных продуктов и услуг.

Студент должен уметь:

- составлять PR-программу для продвижения библиотечных продуктов и услуг.

Задание: Разработать PR-программу, для привлечения внимания к работе библиотеки (библиотеки, в которой проходили практику; либо той, которую чаще посещаете).

PR-программа может быть направлена на освещение какого-либо направления работы библиотеки - краеведческой деятельность, кружки и клубы по интересам, проектная деятельность, крупные и значимые массовые мероприятия и т.п.

Программа составляется в соответствии перечнем пунктов, который представлен ниже:

1. Возможности внешней среды (партнерские отношения библиотеки с другими организациями; факторы, влияющие на формирование общественного мнения и имиджа библиотеки; местоположение библиотеки с точки зрения удобства для пользователей и т.д.).
2. Сильные стороны внутренней среды библиотеки (понимание поставленной задачи в коллективе, опыт в проведении подобных мероприятий и т.д.).
3. Слабые стороны внутренней среды библиотеки (нехватка времени, средств, специалистов и т.д.).
4. Цели PR-компании (привлечение внимания общественности к той или иной проблеме).
5. Программа PR:

- Целевая аудитория (на кого рассчитана программа? пенсионеры, студенты, широкий круг читателей и т.д.).
- Мероприятия (конференции, дни открытых дверей, анкетирование и т.д.).
- Разработка сообщений к целевым аудиториям (что вы собираетесь разработать и пустить в массы – листовки, буклеты, проспекты и т.д.).

6. Определите:

- Средства коммуникации (в каких СМИ будет отражаться информация – газеты, журналы, телевидение и т.д.).
- Масштаб деятельности (в рамках поселка, города, района, области и т.д.).
- Время проведения PR-программы.

Требования к оформлению работы:

работа выполняется в на листах формата А4.

Критерии оценки:

«Отлично» - без ошибок, 1 ошибка.
«Хорошо» - 2 ошибки.
«Удовлетворительно» - 3-4 ошибки.
«Неудовлетворительно» - более 4 ошибок.

Рекомендуемая литература:

1. Борисова, О. О. Рекламные и выставочные технологии в библиотечно-информационной деятельности [Текст]: учебно-практическое пособие / О. О. Борисова. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Литера, 2010. - 152 с. - (Современная библиотека).
2. Кармышева, Н. Как сделать грамотный PR библиотеки? [Текст] / Н. Кармышева // Новая библиотека. – 2006. – № 5. – С. 46-49.
3. Матвеев, М. Ю. Проблема определения имиджа библиотек [Текст] / М. Ю. Матвеев // Библиотековедение. – 2008. – № 6. – С. 118-122.
4. Ястребова, Е. М. Паблик Рилейшнз в культуре библиотек [Текст]: монография / Е. М. Ястребова; Государственная публичная научно-техническая библиотека России. - М.: ГПНТБ России, 2001. - 31 с.

Методические указания к самостоятельной работе по профессиональному модулю ПМ.02 Организационно-управленческая деятельность

по теме «Этика и психология профессиональной деятельности»

Тема «Персонал библиотеки»

Самостоятельная работа: Используя материалы профессиональных журналов, подготовить сообщение на тему «Имидж современного библиотекаря».

Целью самостоятельной работы является изучение основных составляющих имиджа современного библиотекаря.

Студент должен знать:

- определение понятий «имидж» и «имиджевая политика организации»;
- компоненты, формирующие имидж библиотекаря.

Студент должен уметь:

- формировать позитивный имидж.

Задание: Подготовить письменное сообщение по теме «Имидж современного библиотекаря».

Подготовить сообщение - значит прочитать несколько источников информации на тему сообщения (учебники, книги, статьи, материалы в интернете) и составить текст, в котором есть сведения по теме из разных источников.

Чтобы наиболее полно раскрыть тему, в сообщении нужно отразить такие вопросы как: позитивный образ библиотеки, имиджевая библиотечная политика, компоненты имиджа, имидж персонала.

Требования к оформлению работы:

работа выполняется на листах формата А4.

Критерии оценки:

«Отлично» - без ошибок, 1 ошибка.
«Хорошо» - 2 ошибки.
«Удовлетворительно» - 3-4 ошибки.
«Неудовлетворительно» - более 4 ошибок.

Тема «Конфликты между читателями и библиотекарями: причины, пути предупреждения и разрешения»

Самостоятельная работа: Составление таблицы «Причины возникновения различных видов конфликтов в библиотеке».

Целью самостоятельной работы является изучение конфликта, его природы и структуры, а также выявление причинно-следственных связей.

Студент должен знать:

- причины возникновения конфликтов;
- основные компоненты, выделяемые в структуре конфликта.

Студент должен уметь:

- классифицировать конфликты по различным признакам.

Задание: Заполнить таблицу «Причины возникновения различных видов конфликтов в библиотеке». Таблица состоит из трех граф 1) причина возникновения конфликта, 2) вид конфликта, 3) пути решения конфликтной ситуации.

Требования к оформлению работы:

работа выполняется в рабочей тетради.

Критерии оценки:

«Отлично» - без ошибок.
«Хорошо» - 1-2 ошибки.
«Удовлетворительно» - 3-4 ошибок.

«Неудовлетворительно» - более 4 ошибок.

Тема «Нормы профессиональной этики библиотекаря»

Самостоятельная работа: Анализ ситуационных задач.

Целью самостоятельной работы является анализ различных ситуаций, связанных с какими-либо этическими аспектами современной работы библиотеки.

Студент должен знать:

- основные нормы библиотечной этики.

Студент должен уметь:

- анализировать различные ситуации профессиональной библиотечной деятельности и выявлять этические аспекты связанные с ними.

Задание: Проанализировать следующие ситуационные задачи

1. *В массовую библиотеку пришел солидный, хорошо одетый, уверенный в себе мужчина и тоном, не допускающим возражений, потребовал подобрать ему литературу на тему, как обойти налоговое законодательство. Библиотекарь понимал, что выдав такую литературу, он поможет читателю обмануть государство, обогатиться за счет налогоплательщиков. Поэтому, приняв этичное для себя решение, он вежливо объяснил читателю, что в государственной массовой библиотеке, не может быть таких материалов. Что даже периодические издания воздерживаются от публикации на эту тему. Читатель был разочарован в своих ожиданиях, однако поблагодарил библиотекаря за разъяснения и ушел.*
2. *В разгар подписки на периодические издания в библиотеке вуза состаялось совещание, на которое был приглашен проректор института по научно-исследовательской работе. Совещание обсуждало важный вопрос: цены на периодические издания и возможность сохранения подписки на будующий год в полном объеме. Директор библиотеки и заведующие отделами поставили перед проректором вопрос о том, сохранить ли все наименования подписных изданий, тем более, что есть некоторые практически не востребованные среди читателей. Проректор не выразил энтузиазма по поводу сокращений числа журналов, но и не возразил собранию. В итоге решили отказать от таких изданий, как «Огонек» и «Смена». Но через некоторое время проректор пригласил директора библиотеки к себе в кабинет и сказал, что обижен действиями библиотеки и выделил дополнительные средства на приобретение исключенных периодических изданий. Библиотеку же попросил учесть, что она не может больше рассчитывать на его содействие при решении интересующих ее вопросов.*
3. *В крупный научно-исследовательский институт по проблемам космических исследований пришло приглашение на международную научную конференцию. Дирекция института решила отправить двух сотрудников и поручила подготовить им научные доклады. Один из ученых, опытный специалист, знавший свободно иностранные языки уверенно и оперативно приступил к подготовке доклада. Его коллега был не менее талантлив, но опыта выступлений на международных конференциях не имел. Поэтому он решил узнать, какую литературу изучает его коллега. Он обратился к библиотекарю с просьбой показать читательский формуляр профессора. Тем самым он хотел сориентироваться в потоке литературы и заказать перевод наиболее значимых статей на иностранном языке, который он знал плохо и не мог сам подобрать документы по интересующей его теме.*

Требования к оформлению работы:

работа выполняется в рабочей тетради.

Критерии оценки:

«Отлично» - без ошибок, 1 ошибка.

«Хорошо» - 2 ошибки.

«Удовлетворительно» - 3-4 ошибки.

«Неудовлетворительно» - более 4 ошибок.

Тема «Кодексы профессиональной этики библиотекаря»

Самостоятельная работа: Сравнительный анализ текстов Кодексов профессиональной этики, принятых в разных странах.

Целью самостоятельной работы является анализ профессиональных кодексов этики, отражающие ценности и нравственные идеалы профессии библиотекаря.

Студент должен знать:

- основные положения Кодекса этики российского библиотекаря.

Студент должен уметь:

- сравнивать и анализировать положения, представленные в кодексах профессиональной этики библиотекарей разных стран.

Задание: Выбрать три кодекса профессиональной этики, принятые в разных странах и провести их сравнительный анализ, руководствуясь следующими вопросами:

Что представляет собой профессиональный кодекс библиотекаря? Каково его предназначение?

Каковы его основные функции?

Когда был принят кодекс?

Какова структура кодекса?

Что отражается в профессиональном кодексе этики?

Каким языком написан документ?

Этические нормы и формы поведения, указанные в кодексе являются ли реально осуществимыми в практической деятельности

На сколько полно кодекс охватывает различные аспекты библиотечной работы?

Требования к оформлению работы:

работа выполняется в рабочей тетради.

Критерии оценки:

«Отлично» - без ошибок, 1 ошибка.

«Хорошо» - 2 ошибки.

«Удовлетворительно» - 3-4 ошибки.

«Неудовлетворительно» - более 4 ошибок.

Список рекомендуемой литературы

1. Алтухова, Г. А. Основы библиотечного имиджа [Текст]: [учебно-методическое пособие] / Г. А. Алтухова. – М.: Литера, 2008. - 224 с. - (Современная библиотека).
2. Алтухова, Г. А. Основы культуры речи библиотекаря [Текст]: [учебное пособие] / Г.А. Алтухова. – М.: Литера, 2008. - 167, [1] с. - (Современная библиотека).
3. Алтухова, Г. А. Профессиональная этика библиотекаря [Текст]: [учебное пособие для высших и средних профессиональных учебных заведений культуры и искусств] / Г. А. Алтухова; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - [2-е изд., испр. и доп.]. - М.: Профиздат, 2000. - 101, [2] с. - (Современная библиотека).
4. Бакланова, Н. К. Шаг к успеху: психология для вас [Текст]: учебно-методическое пособие / Н. К. Бакланова, К. В. Бакланов; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М.: Профиздат, 2000. - 137, [1] с. - (Современная библиотека).
5. Бородина, С. Д. Коммуникационная культура библиотек [Текст]: научно-практическое пособие / С. Д. Бородина, Г. М. Кормишина. – М.: Либерея-Бибинформ, 2008. - 127 с.
6. Галимова, Е. Я. Организационная культура библиотеки [Текст]: учеб пособие по курсу «Организационное развитие систем управления» / Е. Я. Галимова; Краснодар. гос. ун-т культуры и искусств. - М.: Профиздат, 2002. - 50, [1] с.

7. Губина, Л. В. Деловое общение в библиотечном коллективе [Текст]: практическое пособие / Л. В. Губина, Н. Ф. Потехина, И. О. Шуминова. – М.: Либерея-Бибинформ, 2009. - 87 с.

8. Дыченко, Л. Ф. Психология деловых отношений в библиотеке [Текст]: научно-практическое пособие / Л. Ф. Дыченко. – М.: Литера, 2011. - 143 с.

9. Езова, С. А. Грани библиотечного общения [Текст]: учебно-методическое пособие / С. А. Езова. - М.: Профиздат, 2002. - 159, [1] с.

10. Ястребова, Е. М. Корпоративная культура библиотеки: теория, история, современные тенденции [Текст]: учебно-методическое пособие / Е. М. Ястребова. – М.: Литера, 2009. - 254 с.

Методические указания к самостоятельной работе по профессиональному модулю ПМ.02 Организационно-управленческая деятельность

по теме *Компьютерное делопроизводство*

Вид работы: Написание реферата на предложенную тему

Требования к реферату

Реферат - краткое точное изложение содержания документа, включающее основные фактические сведения и выводы, без дополнительной интерпретации или критических замечаний автора реферата (ГОСТ 7.9-95).

Структура реферата:

- **Титульный лист**:

наименование организации-учредителя,
полное наименование учебного заведения,
вид работы (РЕФЕРАТ),
дисциплина / профессиональный модуль, МДК
название темы (без кавычек),
сведения об исполнителе: Ф.И.О. студента, курс, специальность, вид,
очная / заочная форма обучения,
сведения о преподавателе (Ф.И.О. преподавателя),
а также город и год выполнения (без слова «год»).

В верхнем поле указывается учредитель и полное наименование учебного заведения. В среднем поле указывается вид работы (реферат) и дисциплина. Ниже по центру заголовка указывается название реферата. Это название пишется без кавычек. Ещё ниже, ближе к правому краю титульного листа, указывается ФИО студента, специальность и т.д. Ещё ниже – ФИО преподавателя, проверившего работу. В нижнем поле указывается город и год выполнения работы без слова «год».

- **Оглавление** реферата.

Содержание работы традиционно состоит из следующих частей: введение, основная часть, заключение, список использованной литературы или список использованных источников.

- **Введение.**

Введение является очень важной частью работы, так как в нём обучающийся обязан аргументировано обосновать выбор темы: степень её изученности, актуальность; дать краткий обзор использованной литературы. Кроме того, во введении формулируются цель работы и задачи, которые требуется решить для реализации цели. Одна задача ставится на один параграф реферата.

- **Основная часть.**

Содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы, распределённый по параграфам, а также сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведённые факты. Каждый параграф должен иметь название. Желательно, чтобы он начинался с формулировки задачи, на решение которой он направлен, и заканчивался формулировкой выводов по задаче. Объём – не менее 10 страниц.

- **Заключение.**

В заключении формулируются выводы по параграфам, вытекающим из основной части, обращается внимание на выполнение поставленных целей и задач. Выводы должны быть согласованы с целями и задачами, заявленными во введении.

- **Список использованной литературы** или список использованных источников.

Темы для реферата

- Делопроизводство в Древнерусском государстве.
- Приказное делопроизводство XV—XVII вв.
- Система коллежского делопроизводства.
- Система министерского делопроизводства XIX - начала XX вв.

- История управления и делопроизводства в 1917—1941 гг.
- История управления и делопроизводства в 1945—1990 гг.
- Современное делопроизводство.

Вид работы: Работа с ГОСТом

С разработкой документов связано ряд понятий и терминов. Выпишите в словарь терминов определения из ГОСТ Р 7.0.8. – 2013 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Делопроизводство и архивное дело
Термины и определения

- Формуляр документа –
- Бланк документа -
- Дело –
- Формирование дела –
- Номенклатура дел –
- Документооборот –

ГОСТ Р 6.30. – 2003 "Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов" Система ГАРАНТ: http://base.garant.ru/185891/#ixzz4wWmVv4Yf

Вид работы: Создание резюме

Резюме – это краткая информация о вашей профессиональной деятельности, характеризующей вас как специалиста и представляющая в качестве кандидата, подходящего на определенную вакансию.
Резюме должно удовлетворять следующим требованиям:
Краткость (объем текста – 1 страница).
Уместность (избегайте ненужных деталей и подробностей).
Правдивость (предоставляйте только ту информацию, которую вы можете полностью подтвердить).
Хороший стиль изложения (пользуйтесь точными формулировками, избегайте сокращений и жаргона).
Грамотность (проверьте текст на наличие ошибок).
Правильное оформление.

СПИСКИ РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1. Алтухова, Г. А. Основы библиотечного имиджа [Текст]: учебно-методическое пособие / Г. А. Алтухова. – М.: Литера, 2008. – 224 с. – (Современная библиотека).
2. Басамыгина, И. Н. Маркетинг как технология управления современной библиотекой [Текст]: научно-практическое пособие / И. Н. Басамыгина, А. А. Апанасенко. – М.: Литера, 2009. - 128 с.: ил. - (Современная библиотека).
3. Борисова, О. О. Библиотечно-библиографическая реклама [Текст]: учебно-практическое пособие / О. О. Борисова; Российская библиотечная ассоциация, Секция по библиографии. - М.: Профиздат, 2002. - 223 с. - (Современная библиотека).
4. Борисова, О. О. Рекламные и выставочные технологии в библиотечно-информационной деятельности [Текст]: учебно-практическое пособие / О. О. Борисова. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Литера, 2010. - 152 с. - (Современная библиотека).
5. Брежнева, В. В. Информационное обслуживание [Текст]: [учебное пособие по направлению подготовки 071900 «Библиотечно-информационная деятельность»] / В. В. Брежнева, Р. С. Гиляревский; Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств. – СПб.: Профессия, 2012. - 365, [2] с.: ил., табл.
6. Ванеев, А. Н. Конфликты в библиотеке [Текст]: предупреждение и разрешение / А. Н. Ванеев. – СПб.: Профессия, 2001. – 121 с. – (Библиотечный практикум).
7. Голубков, Е. П. Маркетинг [Текст]: словарь-справочник / Е. П. Голубков. – М.: Дело, 2000. - 438, [1] с.: ил.
8. Грачев, А. С. PR – служба компании [Текст]: практическое пособие / А. С. Грачев, Е. Г. Спирина. – М.: Дашков и К, 2009. – 160 с.
9. Гришанин, Н. В. Брендинг [Текст]: учебное пособие / Н. В. Гришанин; Московский государственный университет печати.– М.: МГУП, 2009. – 280 с.
10. Долгополова, Е. Е. Информационное обеспечение маркетинга. Теория и практика [Текст] / Е. Е. Долгополова. – М.: Новое знание, 2010. – 144 с. – (Профессионалам библиотечного дела).
11. Кармышева, Н. Как сделать грамотный PR библиотеки? [Текст] / Н. Кармышева // Новая библиотека. – 2006. – № 5. – С. 46-49.
12. Клюев, В. К. Маркетинговая ориентация библиотечно-информационной деятельности [Текст]: (маркетинг в системе управления библиотекой): учебное пособие для вузов и колледжей культуры / В. К. Клюев, Е. М. Ястребова; Московский государственный университет культуры и искусств. - 2-е изд., дораб. и доп. - М.: Профиздат, 2002. - 142, [1] с.
13. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст]: [] / Ф. Котлер; перевод с английского В. Б. Боброва. – СПб.: Коруна: Литера плюс, 1994. - 697, [1] с.: ил.
14. Литвинова, Н. П. Профессиональный имидж современного библиотекаря [Текст] / Н. П. Литвинова // Новая библиотека. – 2005. – № 2. – С. 14.
15. Матвеев, М. Ю. Проблема определения имиджа библиотек [Текст] / М. Ю. Матвеев // Библиотековедение. – 2008. – № 6. – С. 118-122.
16. Паршукова, Г. Б. Маркетинговые основания в библиотечной деятельности [Текст]: учебное пособие / Г. Б. Паршукова; Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения РАН. - Новосибирск: ГПНТБ СО РАН, 2005. - 151 с.: ил.
17. Суслова, И. М. Менеджмент библиотечно-информационной деятельности [Текст]: учебник для вузов культуры и искусств / И. М. Суслова, В. К. Клюев; Московский государственный университет культуры и искусств. – СПб.: Профессия, 2010. - 600 с. - (Библиотека).

18. Суслова, И. М. Практический маркетинг в библиотеках [Текст]: учебно-методическое пособие / И. М. Суслова. - М.: Либерея, 2005. - 143 с.

19. Ястребова, Е. М. Паблик Рилейшнз в культуре библиотек [Текст]: монография / Е. М. Ястребова; Государственная публичная научно-техническая библиотека России. - М.: ГПНТБ России, 2001. - 31 с.

Дополнительная литература

1. Андреева, Н. Е. Персонал-стратегия [Текст]: эффективное кадровое планирование в библиотеке / Н. Е. Андреева // Справочник руководителя учреждения культуры. - 2005. - № 9. - С. 70-77.

2. Андреева, М. С. Приступая к работе над планом [Текст] / М. С. Андреева // Школьная библиотека. - 2005. - № 5. - С. 28-30.

3. Бобров, Л. К. Учет товарных свойств информационных услуг как ключевой фактор их рыночного признания [Текст] / Л. К. Бобров // Научные и технические библиотеки. - 2006. - № 2. - С. 54-58.

4. Боброва, Е. И. Менеджмент качества библиотечного и информационного обслуживания в библиотеке вуза [Текст]: учебно-методическое пособие / Е. И. Боброва. – М.: Литера, 2013. - 89 с.: ил.

5. Борисова, О. О. Взгляд социолога на рекламу [Текст] / О. Борисова // Библиотека. – 2007. – № 9. – С. 58-60.

6. Борисова, О. О. Технология стендовой рекламы в библиотеке [Текст] / О. О. Борисова // Мир библиографии. - 2003. - № 5. – С. 15-18.

7. Брежнева, В. В. Информационное обслуживание сквозь призму сервисного подхода [Текст] / В. В. Брежнева // Информационный бюллетень Российской библиотечной ассоциации. - 2005. - № 35. - С. 123-125.

8. Брежнева, В. В. Условие конкурентоспособности информационной продукции [Текст] / В. В. Брежнева // Библиотековедение. - 2005. - № 5. - С. 44-48.

9. Вахрушева, А. Л. Тургеневка [Текст]: эффективный библиотечный маркетинг / А. Л. Вахрушева // Университетская книга. - 2012. - № 5. - С. 34-37.

10. Гантер, Б. Типы потребителей: введение в психографику [Текст]: монография / Б. Гантер, А. Фернхем; [перевод с английского Н. Качанова, Л. Царук. – СПб.: Питер, 2001. - 298, [1] с. - (Маркетинг для профессионалов).

11. Долгополова, Е. Е. Эволюция миссии научно-технических библиотек в современных экономических условиях [Текст] / Е. Е. Долгополова // Научно-техническая информация. - 2009. - № 3. - С. 6-11.

12. Езова, С. А. Библиотечное общение как феномен исследования [Текст]: монография / С. А. Езова. – М.: Либерея-Бибинформ, 2007. - 160 с.: ил.

13. Езова, С. А. Кодекс в контексте этикета [Текст] / С. А. Езова // Библиотека. – 2010. – № 2. – С. 36-38.

14. Езова, С. А. Коммуникационная компетенция библиотечного специалиста [Текст] / С. А. Езова // Библиография. - 2006. - № 2. - С. 22-25.

15. Ермакова, Е. Н. Слагаемые успеха: PR-технологии детской библиотеки [Текст]: учебно-практическое пособие / Е. Н. Ермакова. – М.: Литера, 2011. - 286 с.: ил. - (Современная библиотека).

16. Клюев, В. К. Как освоить организационно-правовые основы фандрейзинга [Текст]: (программно-методический комплекс) / В. К. Клюев // Независимый библиотечный адвокат. - 2005. - № 2. - С. 36-42.

17. Клюев, В. К. Спонсоры, дарители, благодатели... или благотворители? [Текст]: практический фандрейзинг в библиотеке / В. К. Клюев // Библиотечное дело. - 2005. - № 4. - С. 2-5.

18. Котлер, Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии [Текст]: как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер; перевод с английского В. Б. Боброва. – М.: АСТ, 2001. - 271 с.

19. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я [Текст]: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер; перевод с английского В. Б. Боброва. – СПб.: Нева, 2003. - 219 с.
20. Магоян, С. Имидж библиотеки и библиотекаря [Текст] / С. Магоян // Новая бибилотека. – 2005. – № 3. – С. 21.
21. Матвеев, М. Ю. Проблемы имиджа библиотечной науки, образования и профессии [Текст] / М. Ю. Матвеев // Научные и технические библиотеки. – 2008. – № 5. – С. 80-91.
22. Матвеев, М. Ю. Психологические проблемы совершенствования имиджа библиотек [Текст] / М. Ю. Матвеев // Научные и технические библиотеки. – 2009. — № 1. – С. 103-109.
23. Михнова, И. Б. Как сделать рекламу библиотеки [Текст]: теория, методика, практика / И. Б. Михнова, Г. Л. Цесарская. – М.: Библиомаркет, 1996. - 220 с.: ил. - (Маркетинг некоммерческих организаций).
24. Мусихина, С. Имидж библиотекаря как показатель качества обслуживания читателей [Текст] / С. Мусихина // Новая библиотека. – 2004. – № 5. – С. 35-37.
25. Песоцкая, Е. В. Маркетинг услуг [Текст]: учеб. пособие / Е. В. Песоцкая. – СПб.: Питер, 2000. - 155, [2] с.: ил.
26. Рязанцева, Л. Такой актуальный пиар. Модель профессионального обучения: «Библиотечная рекламная компания» [Текст] / Л. Рязанцева // Библиополе. – 2005. – № 5. – С. 13-15.
27. Черчилль, Г. А. Маркетинговые исследования [Текст] / Г. А. Черчилль; [перевод с английского М. В. Мишукова]. – СПб.: Питер, 2000. - 748 с.: ил.
28. Ястребова, Е. М. PR-менеджеры для библиотеки - управленцы современной формации [Текст] / Е. М. Ястребова // Библиотековедение. - 2002. - № 4. - С. 30-34.
29. Ястребова, Е. М. Пособие по корпоративной культуре библиотеки [Текст] / Е. М. Ястребова; Государственная публичная научно-техническая библиотека России. – М.: ГПНТБ, 2008. - 156, [1] с.