Министерство культуры Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Кафедра библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной,
научной и международной
деятельности

_____Е.В. Савелова

«24» мая 2022 г.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Уровень бакалавриата
(2022 год набора, заочная форма обучения)

направление подготовки
51.03.06 «Библиотечно-информационная деятельность»

профиль подготовки
«Менеджмент библиотечно-информационной деятельности»

Хабаровск
2022

Составители:

Лунегова Евгения Николаевна, старший преподаватель кафедры библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения.

_____

Рабочая программа дисциплины «Информационное обслуживание» рассмотрена и одобрена на заседании кафедры библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения «18» мая 2022 г., протокол № 9.

Содержание

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ДИСЦИПЛИНЕ…….. 4
1.1. Наименование дисциплины……. 4
1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы…… 4
1.3. Цель освоения дисциплины……. 4
1.4. Планируемые результаты обучения по дисциплине…… 4
2. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ……... 5
2.1. Объем дисциплины …….. 5
2.2. Тематический план…….. 6
2.3. Краткое содержание разделов и тем…… 9
3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ…….. 13
3.1. Планы семинарских занятий…… 13
3.2. Планы практических занятий…… 14
3.3. Вопросы для самоконтроля…… 17
4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ……. 19
5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ…… 20
5.1. Перечень компетенций и этапы их формирования…… 20
5.2. Показатели и критерии оценивания компетенций…… 21
5.3. Материалы для оценки и контроля результатов обучения…….. 21
5.4. Методические материалы по оцениванию результатов обучения…... 24
6. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ…… 26
6.1. Основная и дополнительная учебная литература…….. 26
6.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 28
6.3. Информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы……. 29
6.4. Материально-техническая база…… 29
7. МЕТОДИЧЕСКАЯ РАБОТА …… 30
8. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ …… 31

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ДИСЦИПЛИНЕ

1.1. Наименование дисциплины

Рабочая учебная программа по дисциплине «Информационное обслуживание» предназначена для бакалавров (в том числе для инклюзивного образования инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья), обучающихся по направлению подготовки 51.03.06 «Библиотечно-информационная деятельность», профиль подготовки «Менеджмент библиотечно-информационной деятельности», на кафедре библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения Хабаровского государственного института культуры, в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования, утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 06.12.2017 № 1182, с учетом профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников.

1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Курс «Информационное обслуживание» (Б1.В.06.03) является дисциплиной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений и включена в блок дисциплин Б1.В.06 Библиотечно-информационное обслуживание.

Курс опирается на знания, полученные в рамках дисциплин обязательной части учебного плана: «Библиотековедение», «Библиографоведение», тесно взаимосвязан с дисциплинами части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений : «Аналитико-синтетическая переработка информации», «Библиотечное обслуживание», «Справочно-поисковый аппарат библиотеки» и др., и продолжает развивать компетенции обучающихся по готовности к взаимодействию с потребителями информации, удовлетворению их информационных запросов и потребностей, повышению уровня их информационной культуры, способности создавать и предоставлять информацию, отвечающую запросам пользователей.

1.3. Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины «Информационное обслуживание» - формирование у студентов системы знаний, умений и навыков по созданию современных информационных продуктов и услуг и предоставлению их пользователям библиотек и информационных учреждений.

1.4. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Профессиональные компетенции сформулированы на основе выбранных из профессиональных стандартов обобщенных трудовых

функций (ОТФ), соответствующих профессиональной деятельности выпускников.

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты практической деятельности, обеспечивающие формирование компетенций
Профессиональные компетенции		
ПК-13. Способность создавать и предоставлять информацию, отвечающую запросам пользователей	ПК-13. Знать: - основы создания и предоставления информации; - методы оказания информационных услуг;	ПК-13. Знать: - основы создания и предоставления информации по запросам пользователей библиотеки; - методы оказания информационных услуг: документных, библиографических, фактографических, комплексных, проведения информационных исследований; -особенности формирования и изучения информационных потребностей пользователей библиотек разных типов и видов.
	ПК-13. Уметь: - использовать различные методы создания и предоставления информации	ПК-13. Уметь: - использовать различные методы создания и предоставления информации и информационной продукции пользователям библиотек разных типов и видов; - изучать информационные потребности пользователей библиотек разных типов и видов.
	ПК-13. Владеть: - навыками создания и предоставления информации.	ПК-16. Владеть: - навыками создания и предоставления информации и информационных услуг: документных, библиографических, фактографических, комплексных, проведения информационных исследований.
ПК-14. Готовность к взаимодействию с потребителями информации, готовностью выявлять и качественно удовлетворять запросы и потребности, повышать уровень их информационной	ПК-14. Знать: -особенности формирования информационных потребностей - основы изучения информационных потребностей; - основы изучения уровня информационной культуры - основы формирования информационной культуры.	ПК-14. Знать: -особенности формирования информационных потребностей (объективных и субъективных) пользователей библиотек разных типов и видов; - основы изучения информационных потребностей пользователей библиотек разных типов и видов; - основы изучения уровня информационной культуры пользователей библиотек разных

культуры		типов и видов; - основы формирования информационной культуры у пользователей библиотек.
	ПК-14. Уметь: - изучать информационные потребности; -уметь формировать информационную культуру.	ПК-14. Уметь: - изучать информационные потребности у пользователей библиотек разных типов и видов; -уметь формировать информационную культуру у пользователей библиотек.
	ПК-14. Владеть: - навыками изучения информационных потребностей; -навыками формирования информационной культуры.	ПК-1. Владеть: навыками изучения информационных потребностей у пользователей библиотек разных типов; -навыками формирования информационной культуры

2. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины

Вид учебной работы	**ОФО**		**ЗФО**	
	Всего часов	**Курс**	**Всего часов**	**Курс**
Контактная работа (всего)			**30**	**4**
в том числе:				
- лекции (ЛЗ)			*10*	*4*
- семинары (СЗ)			*4*	
- практические (ПЗ)			*14*	*4*
- мелкогрупповые (МГЗ)				
- индивидуальные (ИЗ)				
- групповое консультирование (Г)			*2*	*4*
- индивидуальное консультирование (И)				
Самостоятельная работа студента (всего)			**62**	**4**
СРС			*59*	*4*
КОНТРОЛЬ			*9*	
в том числе:				
- подготовка курсовой работы				
- текущий контроль				
- промежуточный контроль (подготовка к экзамену)			*9*	*4*
Общая трудоемкость: (всего зач. ед./кол-во часов по ФГОС)			**3/108**	**4**
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	**курс:**		**курс:**	
экзамен			*2*	

2.2. Тематический план
Тематический план ЗФО

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов									
		Всего часов по ФГОС	Контактная работа					Самостоятельная работа студентов			
			Всего ауд. часов	ЛЗ	СЗ	ПЗ	Консультации (гр., инд)	Всего часов СРС	СРС	контроль СРС	
										текущий	промежуточный
1	Сервисная деятельность: современные представления (ПК-13, ПК-14)	**4**	**1**	1				3	3	**4**	**1**
2	От библиотечно-библиографического обслуживания к информационному обслуживанию: изменения в профессиональной деятельности (ПК-13, ПК-14)	**4**	**1**	1				3	3	**4**	**1**
3	Соотношение терминов «информационная продукция», «товар», «услуга» (ПК-13, ПК-14)	**4**	**2**	0	2			2	2	**4**	**2**
4	Особенности информационно-аналитической продукции как товара. Рынок информационных продуктов и услуг (ПК-13, ПК-14)	**6**	**2**	1		1		4	4	**6**	**2**
5	Потребители информационно-аналитических продуктов и услуг. Изучение потребителей (ПК-13, ПК-14)	**6**	**2**	1		1		4	4	**6**	**2**
6	Основные процессы подготовки информационной продукции (ПК-13, ПК-14)	**3**	**1**	1				2	2	**3**	**1**
7	Аспекты характеристики информационной продукции (ПК-13, ПК-143)	**5**	**2**	1	1			3	3	**5**	**2**
8	Документальное обслуживание как база для подготовки аналитической продукции (ПК-13, ПК-14)	**2**	**0**	0		0		2	2	**3**	**1**
9	Библиографическая информационная продукция (ПК-13, ПК-14)	**4**	**0**	0				4	4	**4**	**0**
10	Фактографическая информационная продукция (ПК-13, ПК-14)	**5**	**1**	0		1		4	4	**5**	**1**
11	Информационные исследования: общая характеристика (ПК-13, ПК-14)	**3**	**1**	1		0		2	2	**3**	**1**

12	Обзорно-аналитическая информационная продукция (ПК-13, ПК-14)	**4**	**2**	0		2		2	2	**4**	**2**
13	Информационная продукция, являющаяся результатом библиографических исследований (ПК-13, ПК-14)	**2**	**0**	0				2	2	**2**	**0**
14	Информационная продукция, являющаяся результатом патентных исследований (ПК-13, ПК-14)	**2**	**0**	0				2	2	**2**	**0**
15	Информационная продукция, являющаяся результатом маркетинговых исследований. Коммуникационный аудит (ПК-13, ПК-14)	**4**	**1**	1				3	3	**4**	**1**
16	Комплексные информационные мероприятия (ПК-13, ПК-14)	**6**	**3**	0		2		3	3	**6**	**3**
17	Консультационные услуги (ПК-13, ПК-14)	**5**	**2**	1		1		3	3	**5**	**2**
18	Оценка качества информационной продукции. Стандартизация технологии создания информационных продуктов и услуг (ПК-13, ПК-14)	**7**	**3**	1		2		4	4	**7**	**3**
19	Маркетинговые исследования информационного рынка. Изучение производителей и потребителей информационной продукции (ПК-13, ПК-14)	**7**	**2**		1	1		5	5	**7**	**2**
20	Разработка товарной номенклатуры (ПК-13, ПК-14)	**5**	**1**	0		1		4	4	**5**	**1**
21	Формирование цен на информационные продукты и услуги (ПК-13, ПК-14)	**4**	**0**	0				4	4	**4**	**0**
22	Продвижение информационной продукции: интегрированный подход (ПК-13, ПК-14)	**4**	**0**	0				4	4	**4**	**0**
	Групповое консультирование к экзамену	**2**	**2**				2				
	Подготовка к экзамену	**9**					2	9			**9**
	Итого за год	**108**	**30**	**10**	**2**	**14**	**2**	**78**	**69**	**0**	**9**
Всего часов:		**108**	**30**	**10**	**2**	**14**	**2**	**78**	**69**	**0**	**9**

2.3. Краткое содержание разделов и тем

Тема 1. Сервисная деятельность: современные представления

Сервисный подход к удовлетворению общественных и индивидуальных потребностей людей, как философия современного общества. Применимость фундаментальных оснований сервисной деятельности для информационного обслуживания: безусловный приоритет

потребностей пользователей; направленность всей деятельности библиотеки или информационной службы на удовлетворение этих потребностей; необходимость постоянного перепроектирования (реинжиниринга) технологических процессов для повышения качества обслуживания; обязательность обеспечения защиты прав потребителя и вытекающая из этого необходимость соответствия качества услуг принятым стандартам; разработка таких стандартов; все большая индивидуализация услуг и повышение сложности и удорожание процессов обслуживания; двойственный характер оценки потребителем качества обслуживания: оценка самой услуги и условий её предоставления (временных, психологических, этических, эстетических, технологических); обеспечение возможности участия пользователей в контроле и совершенствовании обслуживания, в управлении качеством услуг; обязательность в связи с этим выражения качественных характеристик услуг на языке, понятном потребителям; разработка регламентирующих документов (инструкций, положений и т.д.) как нормативных материалов, определяющих и защищающих права пользователей.

Значимость изучения информационного обслуживания как сервисной деятельности для обозначения перспектив развития библиотек и информационно-аналитических служб.

Тема 2. От библиотечно-библиографического обслуживания к информационному обслуживанию: изменения в профессиональной деятельности

Ресурсная база, глубина аналитико-синтетической переработки информации и информационные технологии как показатели уровня развития информационной деятельности.

Изменение ресурсной базы. Традиционное рассмотрение фонда конкретной библиотеки или информационной службы как основного ресурса обслуживания. Осознание невозможности удовлетворения информационных потребностей пользователей на базе одного отдельно взятого фонда. Усиление информационного взаимодействия и варианты его реализации на ведомственном и региональном уровнях.

Развитие информационных технологий и снижение влияния географических, ведомственных и других барьеров, стоящих на пути обеспечения доступности информации. Использование в процессе информационного обслуживания совокупных информационных ресурсов общества.

Развитие приемов аналитико-синтетической переработки информации и поэтапный переход от библиографического описания к аннотированию – реферированию – экстрагированию фактических сведений – синтезу нового знания на базе текстов отдельных документов и их места в документальном потоке.

Применение методов интеллектуального преобразования информации – аспектного, фасетного, контент-анализа, морфологического синтеза,

базирующихся на классифицировании объектов или систематике. Классификационные схемы как средство вхождения в проблематику обслуживания и своеобразное метазнание сотрудников библиотек и служб информации.

Тема 3. Соотношение терминов «информационная продукция», товар, услуга

Информационная продукция – документы, информационные массивы, базы данных и информационные услуги, являющиеся результатом функционирования информационных систем.

Использование термина информационная продукция как родового по отношению к понятиям информационные продукты и услуги. Выделение в структуре информационной продукции информационных товаров (продуктов), представленных в материальной, овеществленной форме (дайджесты, аналитические обзоры, библиографические указатели) и информационных услуг, не имеющих вещной формы, материального носителя (устные справки, консультации библиографа, поиск в Интернет и др.). *Потребительские свойства услуг*: неосязаемость, невозможность оценки качества до момента их использования, неотделимость от источника предоставления, непостоянство качества, несохраняемость и другие свойства, усиливающие риски производителя и потребителя при взаимодействии на рынке услуг Преимущества использования опыта, накопленного в маркетинге услуг, применительно к информационной деятельности

Условность границы между информационными продуктами и услугами, проявляющаяся, с одной стороны, в направленности услуг на предоставление пользователю информационных продуктов (завершение поиска в Интернет подготовкой распечатки найденных материалов), с другой, в повышении конкурентоспособности товаров за счет сопровождающих их услуг (обучение персонала работе с программным обеспечением, актуализация баз данных). Информационная продукция как комбинация осязаемых и неосязаемых компонентов (выставки, конференции, презентации и др.).

Тема 4. Особенности информационно-аналитической продукции как товара. Рынок информационных продуктов и услуг.

Специфика информации как товара. Информация как средство реализации прав и свобод личности и необходимость обеспечения её доступности. Информация как объект собственности и продажи. Правовая и этическая регламентация информационной деятельности в уменьшении противоречия между её общедоступностью и товарной сущностью.

Свойства социальной информации, учет которых необходим при подготовке информационной продукции: содержательность, наличие смысла, значения; целесообразность; ценность; относительная независимость плана содержания от плана выражения; старение; кумулятивность; неаддитивность социальной информации.

Превращение информации в товар в процессе её переработки субъектами информационной деятельности и представления в форме информационных продуктов и услуг. Свойства информации, влияющие на её товарную сущность: неуничтожимость, возможность неограниченного тиражирования, сохранение авторского права после продажи и др.

Субъекты информационного рынка и цели их изучения. Производители (создатели), распространители, провайдеры и потребители информации.

Производители информации: основные направления деятельности, способы классификации. *Создатели информационно-аналитических продуктов и услуг*: предлагаемый *ассортимент продуктов и услуг*, специализация, способы взаимодействия с производителями и потребителя информации, место и роль на рынке информации. Цели и способы изучения информационного рынка. Маркетинговые исследования: этапы изучения информационного рынка.

Тема 5. Потребители информационно-аналитических продуктов и услуг. Изучение потребителей

Опыт изучения читателей, накопленный в библиотековедении. Методы изучения читателей: опрос, анализ читательских формуляров, наблюдение. Использование статистических методов (анализ числа читателей, количества посещений, объема книговыдач) и др.

Формирование представлений о сущности информационных потребностей. Информационные потребности как социально-психологическая категория. Их место в структуре потребностей человека. Природа и механизм формирования информационных потребностей. Соотношение понятий: мотивы деятельности человека, его интересы и информационные потребности.

Понятие об общественных (объективных), коллективных и индивидуальных информационных потребностях.

Профессиональные информационные потребности и их опосредованность социально-экономическими и социально-психологическими условиями научно-практической деятельности и индивидуальными особенностями специалистов.

Особенности информационных потребностей различных категорий специалистов в зависимости от профессии, функциональных и должностных обязанностей, сферы научно-производственной деятельности.

Причины неопределенности профессиональных информационных потребностей и неточности выражения их содержания в информационных запросах. Возрастание важности уточнения информационных запросов в условиях использования информационных технологий. Методика уточнения информационных запросов.

Признаки информационных потребностей, существенно значимые для обслуживания: тематика (содержание, стабильность, профильность); характер необходимых сведений; уровень информационной культуры

специалиста; место специалиста в процессах обмена информацией в профессиональном сообществе.

Многообразие подходов к определению понятия и целей формирования информационной культуры (от освоения библиотечно-библиографических знаний до компьютерной грамотности). Понимание информационной культуры как элемента общей культуры личности, а цели её формирования как выработки установки на непрерывное образование, творческое развитие личности, развитие умений самостоятельно наращивать профессиональное знание.

Методы оценки уровня информационной культуры личности. Проявление информационной культуры в информационном поведении личности. Составляющие информационного поведения (мотивы обращения к информационным ресурсам; информационные потребности, как мотивационное основание информационного поведения; выбор каналов получения необходимой информации; действия, осуществляемые в процессе поиска информации; самооценка рациональности и достаточности избираемых путей разыскания информации; используемые способы фиксации, сохранения и кумуляции нужных сведений; приемы аналитической переработки информации; действия, предпринимаемые для распространения новой! информации в профессиональном сообществе). Общее и различное в изучении информационного поведения и информационной культуры специалистов. Эталонная модель информационного поведения специалиста.

Сложность изучения информационного поведения (его встроенность в «большую» профессиональную деятельность-латентность характеристик). Пути изучения: наблюдение (успешность «большой» деятельности, профессиональный статус, членство в профессиональных ассоциациях и др.), анализ показателей творческой активности (количество публикаций, участие в конференциях, семинарах, зарубежные командировки), опрос (анкетирование и интервьюирование), анализ потока цитированной литературы, анализ личных поисковых систем, анализ заявок на обслуживание и др.

Эволюция объекта изучения, в качестве которого последовательно выступали: чтение социальных групп (рабочих, жителей села); информационные потребности отдельных профессиональных групп (медиков, учителей, ученых); информационная культура и информационное поведение конкретной личности.

Ужесточение требований пользователей к качеству информационного обслуживания как результат развития сферы сервиса, осознания ценности собственной жизни, своих прав и получения их подтверждения в других областях (сфере образования, медицинского обслуживания, туризма, торговли и т.д.).

Усиление конкуренции на информационном рынке и необходимость подготовки информационной продукции, отвечающей потребительским требованиям. Важность изучения основных ценностей потребителей,

потребительских требований и предпочтений как к информационной продукции, так и к комфортности обслуживания в целом. Реализация потребительских требований как основная задача технологии подготовки информационной продукции.

Тема 6. Основные процессы подготовки информационной продукции

Информационное обслуживание как замкнутый цикл, включающий: выявление информационных потребностей; анализ ситуации обслуживания; выбор средств удовлетворения потребностей с учетом продуктов и услуг, предлагаемых на информационном рынке; уточнение запроса и формулировку поискового предписания; поиск и отбор информации; её аналитическую переработку; оформление результатов и предоставление их потребителю; оценку качества информационной продукции и совершенствование на этой основе всего технологического процесса. Значимость в рыночных условиях таких процессов как установление цены и продвижение информационной продукции.

Тема 7. Аспекты характеристики информационной продукции

Возрастание значимости классификации информационной продукции в связи с увеличением многообразия товаров и услуг, предлагаемых на информационном рынке. Преимущества многоаспектных классификаций информационных продуктов и услуг перед линейными.

Аспекты характеристики информационной продукции:

- характер предоставляемых сведений: полный текст документа, библиографическая информация, фактографическая информация, аналитическая информация, консультации по самостоятельному поиску информации;
- ресурсы, привлеченные при подготовке информационной продукции;
- особенности поиска информации и критерии её отбора;
- основания для подготовки информационной продукции: индивидуальные запросы пользователей; повторяющиеся запросы; типовые запросы или меню; обслуживание по инициативе учреждения, предоставляющего услуги;
- периодичность предоставления информационной продукции;
- сервисные характеристики информационной продукции(место и способ её предоставления; возможность актуализации сведений; режим доступа к информационной продукции: оффлайн, онлайн, диалоговый режим и др.).

Представление о готовой (предлагаемой на информационном рынке) и собственной (создаваемой силами библиотеки или службы информации) информационной продукции. Обусловленность выделенных аспектов характеристики информационной продукции содержанием потребительских требований к ней. Возможность их использования в целях: идентификации информационной продукции; описания ее потребительских свойств;

гарантии качества определенного вида информационной продукции; разработки типовых технологических процессов ее подготовки; мотивационного ценообразования; своевременного отслеживания новых видов информационной продукции и т.д.

Тема 8. Документальное обслуживание как база для подготовки аналитической продукции

Тенденции развития документального обслуживания и пути повышения его комфортности. Ориентация в обслуживании на совокупные информационные ресурсы. Обслуживание удаленных пользователей. Использование полнотекстовых баз данных. Электронная доставка документов. Изготовление цифровых и ксерокопий документов для передачи их в постоянное пользование.

Информационные услуги, связанные с установлением сведений о конкретных документах. Адресные справки как средство определения места хранения документов в конкретном фонде или базе данных. Электронные каталоги библиотек, поисковые средства и ресурсы Интернет как основа выполнения адресных справок.

Уточняющие библиографические справки. Типовые ошибки в библиографическом описании документов и пути их устранения. Особенности выполнения уточняющих справок в условиях интерактивного доступа к совокупным информационным ресурсам и возможности осуществления многоаспектного поиска.

Тема 9. Библиографическая информационная продукция

Особенности тематического библиографического обслуживания: важность уточнения и «развертывания» запроса, выяснение цели обращения к информации, хронологических, языковых и видовых границ отбора; уровня информационной культуры потребителя. Тенденции библиографического обслуживания. Особенности уточнения поискового предписания в условиях использования современных телекоммуникационных технологий.

Виды библиографической информационной продукции. Методика подготовки и выполнения тематических библиографических справок, списков, подборок, указателей новых поступлений, библиографических и реферативных обзоров, рекомендательных (выборочных) и научно-вспомогательных библиографических пособий, указателей трудов коллективов, списков цитируемой литературы и другой библиографической продукции. Традиционная и электронная форма представления библиографической продукции. Электронные каталоги и библиографические базы данных как основа для подготовки информационной продукции.

Система ИРИ и ДИОР: общая характеристика, технология осуществления, тенденции развития.

Тема 10. Фактографическая информационная продукция

Преимущества фактографического обслуживания, приводящие к постоянному расширению номенклатуры фактографической продукции. Тенденции развития фактографического обслуживания. Расширение круга организаций, представляющих фактографическую продукцию: телефонные справочные службы, агентства экономической информации, редакции средств массовой информации, новостные агентства и др.

Виды фактографической информационной продукции. Методика выполнения фактографических справок и подготовки фактографических досье (фирменных, профессиональных, досье на материалы и изделия, др). Фактографические справочники и базы данных как основа для подготовки информационной продукции. Дайджесты и тематические подборки материалов,дайджесты прессы, новостные ленты как результат осуществления пресс-клиппинга или мониторинга прессы.

Тема 11. Информационные исследования: общая характеристика

Соотношение понятий: концептографическое обслуживание, аналитическая деятельность, информационные исследования. Интеграция процессов информационного обслуживания и экспертной деятельности. Востребованность информационных исследований при осуществлении консалтинговой деятельности, инжиниринге, деловой разведке, оценке бизнеса и т.д.

Предоставление потребителям характеристики состояния какой-либо предметной области, проблемы, явления или объекта, т.е. сведений, отсутствующих в явном виде в информационном потоке, полученных в результате сбора, интерпретации, оценки, анализа и обобщения исходной информации.

Рассмотрение информационно-аналитической продукции как результата деятельности: самих специалистов (ученых, разработчиков новой техники и т.д.); совместных усилий специалистов и работников информационной сферы (библиографов, референтов, спичрайтеров); работников информационной сферы, например, референтов-аналитиков и патентоведов.

Необходимость учета условий создания информационно-аналитической продукции при организации обслуживания: значимость использования в обслуживании аналитических продуктов, являющихся результатом труда специалистов, и представленных не в виде самостоятельных продуктов, а разделов монографий, диссертаций, отчетов НИР, инновационных проектов и бизнес-планов.

Многоаспектный (фасетный) анализ и последующий морфологический синтез как непременный элемент любых информационных исследований.

Возможность обогащения методических приемов подготовки аналитической продукции за счет взаимоиспользования опыта, накопленного при написании обзоров, проведении патентно-информационных и маркетинговых исследований, подготовке докладов для руководства и т.д.

Важность унификации инструмента анализа для использования результатов изучения документального потока в различных целях.

Тема 12. Обзорно-аналитическая информационная продукция

Обзор как текстовое сообщение, содержащее сводную характеристику какого-либо вопроса или ряда вопросов, основанную на анализе информации, извлеченной из некоторого множества отобранных для этой цели документов за определенное время.

Представление в аналитических обзорах оценки состояния проблемы, тенденций развития определенного направления, различных точек зрения и подходов, выявленных лакун – задач, не получивших решения.

Виды обзоров: обзорные, ситуационные и мониторинговые справки, библиографические, аналитические и прогностические обзоры, отчеты. Критерии классификации обзорно-аналитической продукции: в зависимости от целевого назначения (обзоры-обоснования, итоговые и прогностические обзоры); по охвату исходных документов (моно-и поливидовые обзоры); по способу распространения в обществе (опубликованные и неопубликованные, самостоятельные текстовые сообщения или части каких-либо документов).

Готовая обзорно-аналитическая продукция: обзоры, опубликованные в виде отдельных изданий; периодические *специализированные обзорно-аналитические издания и базы данных*, статьи в научно-производственных профессиональных журналах, не специализирующихся на отражении только аналитических материалов, *рейтинговая информация*. Организации, специализирующиеся на подготовке обзорно-аналитической продукции, характеристика их продукции.

«Собственная» обзорно-аналитическая продукция, подготавливаемая библиотеками и информационными службами. Регламент подготовки

Тема 13. Информационная продукция, являющаяся результатом библиографических исследований

Библиографические исследования как процесс получения нового знания на основе анализа документального потока, отраженного во вторичных изданиях. Соотношение понятий: библиометрические, наукометрические и библиографические исследования.

Отличие результатов библиографических исследований от аналитических обзоров: рассмотрение не самого объекта или проблемы, а документированной информации о них; анализ вторичных документов – библиографических описаний, аннотаций, рефератов, а не текстов первичных документов; выявление тенденций развития научно-производственной деятельности.

Сходство и различия обзорно-аналитической деятельности и библиографических исследований.

Библиографические исследования как обязательный компонент аналитических обзоров, патентно-информационных и маркетинговых исследований.

Информационно-аналитическая продукция, являющаяся результатом библиографических исследований: атласы фронта научных исследований, рубрикаторы перспективных направлений. Методика подготовки.

Сетевые информационные ресурсы, библиографические и реферативные базы данных, базы данных SCI как основа для осуществления библиографических исследований.

Расширение ресурсной базы библиографических исследований за счет анализа не только потока вторичных документов, но и фактических сведений, фиксируемых в справочных изданиях и фактографических базах данных. Объединение возможностей анализа потока вторичных документов и фактических данных в целях осуществления информационной диагностики.

Тема 14. Информационная продукция, являющаяся результатом патентных исследований

Патентные исследования как исследования технического уровня и тенденций развития объектов хозяйственной деятельности, их патентоспособности, патентной чистоты, конкурентоспособности на основе патентной и другой информации.

ГОСТ Р 15.011 – 96 «Патентные исследования. Содержание и порядок проведения».

Патентные исследования в составе работ хозяйствующего субъекта. Самостоятельные патентные исследования. Исполнители патентных исследований. Направления использования результатов патентных исследований. Содержание патентных исследований. Зависимость содержания патентных исследований от характера проводимых хозяйствующим субъектом работ, стадии жизненного цикла объекта техники, результата анализа деятельности хозяйствующего субъекта.

Порядок проведения патентных исследований: определение задач патентных исследований, видов исследований и методов их проведения, разработка задания; определение требований к поиску патентной и другой документации, разработка регламента поиска; поиск и отбор информации в соответствии с утвержденным регламентом, оформление отчета о поиске; систематизация и анализ отобранной информации; подготовка выводов и рекомендаций. Специфика патентных документов и изучение динамики патентования.

Отчет о результатах патентных исследований как вид информационной продукции.

Тема 15. Информационная продукция, являющаяся результатом маркетинговых исследований

Маркетинговые исследования как процесс выявления оперативных данных, описывающих текущее или перспективное (прогнозное) состояние рынка, а также анализ и отражение данных в форме, необходимой для решения стратегических и тактических задач, стоящих перед организацией.

Значение маркетинговой информации в деятельности организации. Виды маркетинговой информации и источники её получения.

Основные направления маркетинговых исследований: изучение конкурентной среды, анализ потребительского спроса, выявление эффективности различных каналов маркетинговых коммуникаций и др.

Основные этапы маркетинговых исследований: постановка целей; отбор источников информации; сбор информации; анализ собранной информации; подготовка отчета об исследовании.

Информационная продукция, являющая результатом маркетинговых исследований: отчеты о маркетинговых исследованиях, экспертные заключения, обзоры рынков, рейтинги, прогностические обзоры, конъюнктурно-коммерческие справки и др.

Коммуникативный аудит как процесс выявления и анализа внешней и внутриорганизационной информации, прямо или косвенно характеризующей репутацию учреждения, его образ, сформировавшийся в представлении различных групп общественности и персонала. Информационная продукция, являющаяся результатом коммуникационного аудита: аналитические справки, отчеты, публикации и др.

Информационная база проведения коммуникационного аудита. Методика проведения коммуникационного аудита: особенности взаимодействия с внутренней и внешней коммуникационной средой.

Тема 16. Комплексные информационные мероприятия

Особенности комплексных мероприятий как вида информационных услуг, функции, тенденции развития. сочетание, в процессе подготовки и проведения комплексных мероприятий. Комплексное информационное мероприятие как способ удовлетворения информационных потребностей пользователя и продвижение услуг библиотек и информационно-аналитических служб, формирование их имиджа.

Модульная структура комплексных мероприятий. Ориентация на интеграцию.

Основные виды комплексных информационных мероприятий: выставки, дни информации, дни специалиста, ярмарки идей, круглые столы, научно-технические семинары, симпозиумы, диспуты, бизнес-клубы, презентации. Методика подготовки и проведения. Возможности использования информационных технологий. Виртуальные выставки, теле-конференции.

Тема 17. Консультационные услуги

Возрастание значения консультационного обслуживания в условиях расширения ресурсной базы обслуживания, распространения новых информационных технологий, появления новых групп пользователей – удаленных пользователей. Направления консультационного обслуживания: обучение пользователей работе с СИФ и СПА, совместный поиск в сетевых

ресурсах, обучение удаленных пользователей, подготовка путеводителей по традиционным и электронным (в т.ч. сетевым) ресурсам.

Тема 18. Оценка качества информационной продукции. Стандартизация технологии создания информационных продуктов и услуг

Требования стандартов ИСО серии 9000 к услугам. Необходимость описания услуг с помощью характеристик, поддающихся наблюдению и оценке потребителя. В том числе: количественные характеристики оборудования, штата сотрудников, а также материалов; время ожидания услуги, её предоставления и время технологического цикла; характеристики безопасности, надежности, точности и полноты исполнения услуги; вежливость, чуткость, компетентность и доступность персонала для клиентов, эффективность контактов; комфорт и эстетика места предоставления услуги. Комплексная оценка потребителем услуг как совокупности качества основной услуги, удобства её использования, внимательности персонала и других характеристик.

Причины, препятствующие переносу универсальных требований системы качества в практику информационного обслуживания: субъективность оценок пользователей, всецело зависящих от их компетентности, опыта предшествующей работы с информацией, «системы ожидания»; продолжительность времени, которое проходит с момента предоставления услуги до ознакомления и использования информации; невозможность установления нормативов времени на выполнение сложных запросов и регламента поиска информации.

Разработка регламента выполнения технологических процессов: приема запроса – его выполнения – предоставления услуги – выявления мнений пользователей. Создание документации системы качества, в которой язык требований переводится на язык технологии. Разработка стандартов предприятия на информационную продукцию, отражающих как характеристику этой продукции, так и технологию её подготовки. Включение в стандарты следующих данных: название и описание продукции; характеристика информационных ресурсов, используемых при подготовке продукции; время подготовки продукции; профессиональный уровень сотрудников – создателей информационной продукции; условия предоставления; возможные варианты сервисного сопровождения продукции после предоставления её пользователю (актуализация БД, дополнение указателя по уточненным запросам, расширение круга организаций, деятельность которых изучалась и т.д.). Необходимость выражения этих сведений на языке, понятном пользователю.

Тема 19. Маркетинговые исследования информационного рынка. Изучение производителей и потребителей информационной продукции

Значение маркетинговых исследований для разработки маркетинговых стратегий библиотек, служб информации предприятий или информационно-

аналитических центров. Этапы маркетинговых исследований. Основные цели маркетинговых исследований.

Выявление организаций, предоставляющих свою продукцию на информационном рынке. Аспекты анализа их деятельности:

- профиль основной деятельности;
- сфера влияния (международные, национальные, центральные, отраслевые, региональные и др.);
- форма собственности (государственные, коммерческие);
- отношение к созданию информационных ресурсов (центры-генераторы информационных ресурсов; посредники; агентства, перерабатывающие исходную информацию для предоставления услуг конечным пользователям);
- базовые ресурсы (собственный фонд, доступ к электронным сетям связи, базам данных, содержащим региональную, отраслевую или корпоративную информацию, др.);
- объем продаж и клиентская политика (номенклатура и объем предоставляемых услуг; обслуживание корпоративных клиентов, работа с физическими лицами, др.).

Пути изучения фирменной структуры рынка: анализ справочных изданий, СМИ, рекламных материалов, каталогов выставок, ВЕБ-сайтов организаций, непосредственные контакты с сотрудниками этих организаций (телефонный опрос, анкетирование) и т.д.

Фирменные досье как форма представления сведений об организациях.

Изучение потребительского спроса. Соотношение понятий «информационные потребности» и «спрос». Значимость изучения потребительского спроса на информационную продукцию. Реальный и потенциальный спрос. Физические и юридические лица как потребители информационной продукции. Критерии сегментации рынка индивидуальных потребителей: географический (территориальный), социальный, демографический, экономический, поведенческий и т.д. Значение поведенческого критерия для сегментации рынка услуг (мотивы приобретения услуг, искомые выгоды потребителей, интенсивность потребления, степень приверженности услугам, степень готовности потребителя к восприятию услуги). Преимущества для библиотеки (информационно-аналитической службы) работы с корпоративными клиентами.

Тема 20. Разработка товарной номенклатуры

Рассмотрение товарного ассортимента как группы товаров, схожих по своим функциям, характеру потребительских нужд, для удовлетворения которых их приобретают, или по характеру каналов их распределения. Товарная номенклатура – весь спектр услуг, предоставляемых конкретной библиотекой или информационной службой. Описание товарной

номенклатуры с точки зрения ее широты, насыщенности, глубины и гармоничности.

Необходимость учета при разработке и обосновании номенклатуры услуг: специфики информационных потребностей своих пользователей; наличия готовой информационной продукции; ресурсных возможностей библиотеки или информационно-аналитической службы (её сильные и слабые стороны); стадии жизненного цикла товара или услуги и других факторов.

Тема 21. Формирование цен на информационные продукты и услуги

Особенности информационной экономики: оплата потребителем не самого товара, а степени свободы, приобретаемой в результате использования информации. Невозможность количественного выражения меры ценности предоставляемой информации. Цена информационной продукции как характеристика выгоды, которую покупатель согласен оплатить.

Методы ценообразования: средние издержки плюс прибыль; анализ безубыточности и обеспечение целевой прибыли; установление цены на основе ощущаемой ценности товара в представлении покупателей; установление цены на основе уровня текущих цен.

Ценообразование в сфере некоммерческой деятельности. Бесплатные и платные информационные продукты и услуги. Условность подобного деления. Приобретение государством информационной продукции с целью её дальнейшего перераспределения и предоставления пользователям бесплатно или по льготной цене. Гибкая система цен и скидок, ориентированная на возможности потенциальных пользователей оплатить информационную продукцию.

Основные этапы, обеспечивающие процесс ценообразования: установление целей ценовой политики (повышение рентабельности; увеличение рыночной доли; адаптация к рынку; максимизация прибыли; обеспечение «выживаемости» или др.); оценка спроса на информационную продукцию; анализ затрат; изучение цен и продукции конкурентов; выбор метода ценообразования; установление цены на товар или услугу (с учетом психологии ценовосприятия; стадии жизненного цикла информационного продукта или услуги; необходимости внедрения на рынок; возможности использования скидок).

Тема 22. Продвижение информационной продукции: интегрированный подход

Продвижение информационной продукции как комплекс мероприятий, включающий следующие блоки: реклама, связи с общественностью (ПР), стимулирование сбыта, прямой маркетинг.

Реклама информационной продукции: функции (информирование о новых информационных продуктах и услугах, поддержание интереса к существующим, формирование спроса на информационную продукцию и

др.); специфика рекламы информационной продукции, обусловленная особенностями информации как товара. Средства рекламы информационной продукции. Методика подготовки рекламных сообщений с учетом особенностей целевой аудитории.

Связи с общественностью (ПР). Формирование положительного образа библиотек или информационных учреждений как путь расширения сферы их социального влияния. ПР в деятельности библиотек и информационно-аналитических служб. Задачи, направления деятельности. Средства ПР: публикация ежегодных отчетов, подготовка имиджевых сообщений в прессе, культурные акции, участие в некоммерческих проектах, презентации, выставки, «круглые столы», пресс-конференции и т.д. Зависимость выбора средств ПР от периода существования организации, её положения на рынке, аудитории и целей обращения к ней.

Стимулирование сбыта. Его преимущества в сфере маркетинга информационных продуктов и услуг. Формы: предоставление дополнительных сервисных услуг, бесплатные раздачи образцов, купоны, экспозиции и демонстрации, выставки-продажи и др. Специфика стимулирования сбыта в области некоммерческого маркетинга.

Прямой маркетинг, базирующийся на инициативном предложении со стороны производителя (продавца) конкретного товара или услуги потенциальному потребителю. Использование личных продаж для продвижения наукоемкой продукции, спрос на которую не очевиден и преимущества использования которой должны быть объяснены консультантом.

Преимущества использования интегрированного подхода к продвижению информационной продукции. Специфика формирования брэндов в информационной сфере.

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Планы семинарских занятий

Семинарское занятие № 1 по теме «Соотношение терминов «информационная продукция», товар, услуга»(2 часа)

Цель занятия –формирование знаний о теоретических и методических основах создания и предоставления информации, отвечающей запросам пользователей

План семинарского занятия:

1. Понятие «Информационный продукт»: подходы отечественных и зарубежных библиотековедов.
2. Понятие «Информационная услуга»: подходы отечественных и зарубежных библиотековедов.

3. Потребительские свойства информационных услуг: неосязаемость, невозможность оценки качества до момента их использования, неотделимость от источника предоставления, непостоянство качества, несохраняемость и др. свойства.

Методические указания по подготовке к семинарскому занятию.

Для подготовки к семинарскому занятию необходимо использовать источники информации, представленные в разделе 6.1.

По итогам изучения источников информации должен быть подготовлен конспект, в котором необходимо раскрыть содержание каждого представленного в плане занятия вопроса.

Семинарское занятие № 2по теме «Аспекты характеристики информационной продукции» (1 час)

Цель занятия –формирование знания о теоретических и методических основах создания и предоставления информации, отвечающей запросам пользователей

План семинарского занятия:

1. Основные аспекты характеристики информационной продукции:
2. Основные виды предлагаемой на информационном рынке информационной продукции (продукты и услуги)
3. Основные виды библиотечной информационной продукции (продукты и услуги)

Методические указания по подготовке к семинарскому занятию.

Для подготовки к семинарскому занятию необходимо использовать источники информации, представленные в разделе 6.1.

По итогам изучения источников информации должен быть подготовлен конспект, в котором необходимо раскрыть содержание каждого представленного в плане занятия вопроса.

Семинарское занятие № 3 по теме «Маркетинговые исследования информационного рынка. Изучение производителей и потребителей информационной продукции» (1 час)

Цель занятия –формирование знания об формирования и изучения информационных потребностей пользователей библиотек разных типов и видов.

План семинарского занятия:

1. Маркетинговое исследование информационного рынка: особенности проведения в библиотеке
2. Особенности изучения потребителей информационной продукции.
3. Особенности изучения производителей информационной продукции.

Методические указания по подготовке к семинарскому занятию.

Для подготовки к семинарскому занятию необходимо использовать источники информации, представленные в разделе 6.1.

По итогам изучения источников информации должен быть подготовлен конспект, в котором необходимо раскрыть содержание каждого

представленного в плане занятия вопроса.

3.2. Планы практических занятий

Практическая работа № 1 по теме «Рынок информационных продуктов и услуг»(2 часа)

Цель занятия –формированиенавыковсоздания и предоставления информации и информационных услуг.

Задание:

1. Выявить массив публикаций по информационному рынку и организаций, на нем работающих: создателях, производителях, посредниках, потребителях информации

2. Заполнить форму, используя метода контент-анализа:

Название организации (фирмы)	Основное направление деятельности	Роль на информационном рынке (создатель, распространитель, провайдер, пользователь информации)	Оказываемые информационно-аналитические продукты и услуги
1 .Создатели информации			
1.1.			
2. Распространители информации			
2.1.			
3. Провайдеры информации (посредники)			
3.1.			
4. Потребители информации			
4.1.			

3. На основе полученных данных студент составляет письменный контент-анализ материалов, о выявленных информационно-аналитических организациях.

Практическая работа № 2 по теме «Потребители информационно-аналитических продуктов и услуг. Изучение потребителей» (2 часа)

Цель занятия –навыками изучения информационных потребностей у пользователей библиотек разных типов.

Задание:

1. Выбрать организацию (фирму, предприятие) нуждающееся в информационно-аналитической информации: арт галерея (выставочный центр), концертный зал, кинотеатр (организация кинопроката), туристическое агентство, агентство по организации праздников и торжеств, магазин по продаже сувениров, кафе национальной кухни, Интернет магазин товаров для рукоделия и творчества.

2. Составить рубрикатор информационных потребностей используя библиотечно-библиографические классификации, типовые положения и должностные инструкции.

3. Определить характер необходимой информации (фактографический, концептографический, БО, реферативный и др.).

4. Исходя из заданных групп абонентов обслуживания (руководитель, руководитель среднего звена, специалист по профилю деятельности,

специалист административного аппарата – кадры, бухгалтерия и пр.) определить профильность и стабильность информационных потребностей

5. Используя информационно-поисковые системы сети Интернет определить источники информации по тематике (периодика, профильные издательства, профессиональные порталы, отраслевые библиотеки, дайджесты и библиографические пособия по тематике)

Тематика ИП	Характер искомых сведений	Абоненты обслуживания	Профильность, стабильность ИП	Возможный источник выявления информации

Практическая работа № 3 по теме «Фактографическая информационная продукция» (2 часа)

Цель занятия – формированиенавыковсоздания и предоставления информации и информационных услуг.

Задание:

1. Выбрать тематическое направление.
2. Создать рубрикатор по тематическому направлению.
3. Выявить источники получения информации для выбранного фактографического продукта.
4. Создать выбранный фактографический продукт, основываясь на методике, изученной на лекционном занятии.

Практическая работа № 4 по теме «Обзорно-аналитическая информационная продукция» (2 часа)

Цель занятия – формированиенавыковсоздания и предоставления информации и информационных услуг.

Задание:

1. Найти в открытом документальном потоке аналитические материалы об объекте информационного анализа разных видов: дайджесты, обзоры, отчеты, прогнозы, справки, рейтинговые оценки, результаты информационного оппонирования и информационной экспертизы.
2. Составить сопоставительную таблицу, для выявления специфики представления информации в разных видах аналитических документов, в т.ч. особенности свертывания, унификации, формализации и визуализации информации.
3. Составить краткий отчет по результатам анализа сопоставительной таблицы.

Практическая работа № 5по теме «Комплексные информационные мероприятия» (2 часа)

Цель занятия – формированиенавыковсоздания и предоставления информации и информационных услуг.

Задание:

На основе рубрикатора информационных потребностей (практическая работа № 3) разработать программу комплексного мероприятия (ярмарка идей, диспут, бизнес-клуб, день специалиста).

Результатом практической работы является план (сценарий) проведения конкретного комплексного мероприятия, с указанием всех модулей мероприятия, задействованных ресурсов (интеллектуальных, информационных, трудовых и пр.), используемых информационных и телекоммуникационных технологий.

Практическая работа № 6по теме «Консультационные услуги» (2 часа)

Цель занятия – формированиенавыковсоздания и предоставления информации и информационных услуг.

Задание:

Разработать инструкцию/памятку для пользователей по работе с библиотечно-библиографическим аппаратом библиотеки (алфавитным каталогом, систематическим каталогом, систематической картотекой статей, электронным каталогом, электронной библиотекой, электронной базой данных). Инструкция/памятка должна быть ориентирована на определенную категорию пользователей (например: младшие школьники, старшие школьники, студенты, специалисты). Инструкция/памятка может содержать схемы, рисунки, скриншоты.

Практическая работа № 7 по теме «Оценка качества информационной продукции» (2 часа)

Цель занятия - формирование навыков создания и предоставления информации и информационных услуг.

Задание:студенту необходимо найти и проанализировать стандарты качества муниципальных, научных и вузовских библиотек. Анализ осуществляется по следующей схеме:

- название и описание продукта на языке понятном пользователю;
- характеристика информационных ресурсов, используемых при подготовке продукции;
- время подготовки продукции;
- сервисные характеристики;
- профессиональный уровень сотрудников создающих или предоставляющих продукт;
- условия предоставления продукта пользователю;
- возможные варианты сервисного сопровождения;
- объективные критерии оценки продукта
- технологическая схема создания продукта (регламентация работ).

Полученные результаты анализа обсуждаются в группе. Студенты могут провести сравнительный или рейтинговый анализ стандартов.

3.3. Вопросы для самоконтроля

1. Чем информационное обслуживание отличается от сервисной деятельности.
2. Перечислите свойства социальной информации.
3. Назовите особенности информации как товара.
4. Дайте определение терминам: «информационная продукция», «товар», «услуга».
5. Назовите специфические особенности информационных услуг, от чего они зависят.
6. Что такое «информационные потребности специалистов»?. Как они изучаются.
7. Назовите признаки информационных потребностей, значимых для организации обслуживания.
8. Дайте определения понятиям «информационные потребности» и «информационные запросы»
9. Укажите особенности уточнения информационных запросов в условиях использования информационных технологий.
10. Дайте определение термину «Информационная культура личности». Назовите основные проблемы оценке её уровня и пути формирования.
11. Что такое информационное поведение специалистов? Как они изучаются?
12. Что такое потребительские требования к информационной продукции?
13. Перечислите основные процессы подготовки информационной продукции.
14. На чем основан многоаспектный подход к классификации информационной продукции?
15. Дайте определение понятию «документальное обслуживание», перечислите основные современные документные услуги.
16. Дайте общую характеристику библиографической информационной продукции, перечислите ее виды, регламент подготовки.
17. Дайте общую характеристику фактографической информационной продукции.
18. Что такое фактографические справочники и базы данных? Как они используются в информационном обслуживании.
19. Как создаются фактографические досье?
20. Как проводится пресс-клиппинг (мониторинг прессы)?
21. Как создаются фактографические справки?, Какие они бывают?
22. Что такое «Информационные исследования»? зачем они проводятся?
23. Назовите основные виды аналитических обзоров и критерии ихклассификации.
24. Какие организации специализируются на подготовке и предоставлении обзорно-аналитической продукции?

25. Опишите регламент подготовки обзорно-аналитической продукции, подготавливаемой библиотеками и информационными службами.

26. Дайте общую характеристику информационной продукции, являющейся результатом библиографических исследований.

27. Что такое патентные исследования? Как они проводятся?

28. Информационная продукция, являющаяся результатом маркетинговых исследований: общая характеристика, виды, регламент подготовки, тенденции развития.

29. Информационная продукция, являющаяся результатом коммуникационного аудита: общая характеристика, виды, регламент подготовки, тенденции развития.

30. Что такое комплексные информационные мероприятия?

31. Что такое консультационные услуги?

32. Как организуется реклама информационной продукции?

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Усвоение материала дисциплины на лекциях, семинарах, практических занятиях и в результате самостоятельной подготовки и изучения отдельных вопросов дисциплины, позволят подойти к промежуточной аттестации подготовленным. Знания, накапливаемые постепенно и в различных ракурсах, с использованием противоположных мнений и взглядов на ту или иную проблему являются глубокими и качественными, и позволяют формировать соответствующие профессиональные компетенции как итог образовательного процесса.

Для систематизации знаний по дисциплине первоначальное внимание следует обратить на рабочую программу курса, которая включает в себя основные проблемы дисциплины (тематику занятий), в рамках которых и формируются вопросы для контроля и аттестации. Поэтому студент, заранее ознакомившись с программой курса, может лучше сориентироваться в последовательности освоения курса с позиций организации самостоятельной работы.

При организации процесса освоения дисциплины следует учитывать:

1. Планирование времени, отведенного на освоение дисциплины.

При планировании времени на освоение дисциплины следует руководствоваться: структурой дисциплины, в которой указаны количество академических часов в разрезе каждой темы, вида занятий (лекционное или практическое) и часы на самостоятельную работу; формой промежуточной аттестации (экзамен).

2. Последовательность действий при освоении дисциплины.

Изучение каждой темы дисциплины целесообразно начинать со знакомства с содержанием дисциплины в разрезе тем; затем следует этап подбора источников из числа рекомендуемых и подобранных самостоятельно (научные статьи; информация правовых баз данных; информация с официальных сайтов государственных органов, органов местного

самоуправления и др.). Изучение источниковедческой базы может сопровождаться конспектированием.

Целесообразно вести перечень проблемных вопросов как по существу темы, так и в случае затруднений с уяснением смысла изложенного в источниках материала (указанные вопросы могут быть разрешены самостоятельно, во время сессионных занятий или на консультации с преподавателем).

Для подготовки к практическим занятиям рекомендуется подробно изучить конспект лекций и дополнительные материалы формирующие базовые знания необходимые для выполнения практических работ, предусмотренных курсом.

Также рекомендуется ознакомиться с технологией проведения практических занятий, которая включает следующие этапы: объяснение задания и навыков (компетенций), которые закрепляются в ходе его выполнения; знакомство с конкретными источниками информации для выполнения задания; обсуждение и уточнение вопросов в ходе анализа источников информации; совместный просмотр первичных результатов, оценка их соответствия по формальным и содержательным требованиям.

3. Использование учебно-методических материалов и работа с литературой.

Следует применять следующую последовательность изучения источников для формирования знаний по темам дисциплины: нормативные правовые акты по дисциплине; комментарии к законодательным актам; научную и учебную литературу, а также другие источники.

4. Подготовку к текущему контролю успеваемости.

Основной задачей текущего контроля успеваемости обучающихся является повышение качества знаний, приобретение и развитие ими навыков самостоятельной работы. Текущий контроль знаний обучающихся по дисциплине может иметь следующие виды: устный опрос на лекциях, практических занятиях; проверка выполнения письменных самостоятельных работ и домашних заданий; тестирование.

Для эффективной подготовки к текущему контролю по дисциплине необходимо использовать рекомендованную основную и дополнительную литературу, конспекты лекций, разработки студентов, выполненные в результате подготовки и выполнения семинарских и практических занятий.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Перечень компетенций и этапы их формирования

Согласно ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность в рамках изучения дисциплины «Информационное обслуживание» у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

Код	Формулировка компетенции
ПК	**профессиональные компетенции**
ПК-13	Способность создавать и предоставлять информацию, отвечающую запросам пользователей
ПК-14	Готовность к взаимодействию с потребителями информации, готовностью выявлять и качественно удовлетворять запросы и потребности, повышать уровень их информационной культуры

Этапы формирования компетенции:

Начальный – на этом этапе формируются базовые знания и инструментальные основы компетенций, осваиваются основные категории, формируются базовые умения. Студент воспроизводит термины; положения законодательных и нормативных актов, регламентирующих организацию информационного обслуживания. Если студент отвечает этим требования можно говорить об освоении им базового уровня компетенций;

Основной – знания, умения, навыки, обеспечивающие формирование компетенций, значительно возрастают, но еще не достигают итоговых значений. На этом этапе студент способен самостоятельно решать учебные задачи, внося коррективы в алгоритм действий, переносить знания и умения на новые профессиональные задачи, сформулированные педагогом. Успешное прохождение этого этапа позволяет достичь среднего уровня сформированности компетенций;

Завершающий – на этом этапе студент достигает итоговых показателей по заявленным компетенциям, то есть осваивает весь необходимый объем знаний, овладевает всеми умениями и навыками в сфере заявленных компетенций. Он способен использовать эти знания, умения, навыки при решении задач повышенной сложности и в нестандартных условиях. По результатам этого этапа студент демонстрирует итоговый уровень сформированности компетенции, т.е. самостоятельно исполняет любые действия, связанные синформационным сопровождением и поддержкой профессиональных сфер деятельности.

5.2. Показатели критерии оценивания компетенций

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие процедуры и технологии:тестирование; индивидуальное собеседование, письменные ответы на вопросы (в виде ***текущего контроля***).

Промежуточный контроль реализуется в ходе сдачи обучающимися заочной формы обучения экзамена. Экзамен проводится в форме собеседования по билетам. Экзаменационный билет содержит один теоретический вопрос и одно специальный. На подготовку ответов отводится 30 минут. Оценка знаний производится по 4-х балльной шкале. В случае неудовлетворительной оценки студент имеет право пересдать экзамен в установленном порядке.

Общие критерии оценки ответов студентов

Оценка «отлично»	Оценка «хорошо»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно»
оценивается ответ, если студент имеет системные полные знания и умения по поставленному вопросу. Содержание вопроса излагает связно, в краткой форме, раскрывает последовательно суть изученного материала, демонстрируя прочность и прикладную направленность полученных знаний и умений, не допускает терминологических ошибок и фактических неточностей	оценивается ответ, в котором отсутствуют незначительные элементы содержания или присутствуют все необходимые элементы содержания, но допущены некоторые ошибки, иногда нарушалась последовательность изложения.	оценивается неполный ответ, в котором отсутствуют значительные элементы содержания или присутствуют все вышеизложенные знания, но допущены существенные ошибки, нелогично, пространно изложено основное содержание вопроса.	оценивается ответ, при котором студенты демонстрируют отрывочные, бессистемные знания, неумение выделить главное, существенное в ответе, допускают грубые ошибки

5.3. Материалы для оценки и контроля результатов обучения

Задания к экзамену	Формируемые компетенции
Теоретические вопросы	
1. Информационное обслуживание как сервисная деятельность.	ПК-13, ПК-14
2. Изменения в профессиональной деятельности в процессе перехода от библиотечно-библиографического обслуживания к информационному сервису.	ПК-13, ПК-14
3. Свойства социальной информации.	ПК-13, ПК-14
4. Особенности информации как товара.	ПК-13, ПК-14
5. Соотношение терминов «информационная продукция», «товар», «услуга». Условность границы между информационно-аналитическими продуктами и услугами.	ПК-13, ПК-14
6. Специфические особенности информационных услуг.	ПК-13, ПК-14
7. Информационные потребности специалистов. Признаки потребностей, значимые для организации обслуживания. Пути изучения информационных потребностей.	ПК-13, ПК-14
8. Информационные потребности и запросы:	ПК-13, ПК-14

соотношение понятий. Возрастание важности уточнения информационных запросов в условиях использования информационных технологий.	
9. Информационная культура личности, проблемы оценки уровня и пути формирования.	ПК-13, ПК-14
10. Информационное поведение специалистов, пути изучения.	ПК-13, ПК-14
11. Потребительские требования к информационной продукции.	ПК-13, ПК-14
12. Основные процессы подготовки информационной продукции.	ПК-13, ПК-14
13. Многоаспектный подход к классификации информационной продукции.	ПК-13, ПК-14
14. Документальное обслуживание как база для подготовки аналитической продукции.	ПК-13, ПК-14
15. Библиографическая информационная продукция: общая характеристика, виды, тенденции развития, регламент подготовки.	ПК-13, ПК-14
16. Фактографическая информационная продукция: общая характеристика, виды, тенденции развития.	ПК-13, ПК-14
17. Фактографические справочники и базы данных как основа для подготовки информационной продукции.	ПК-13, ПК-14
18. Фактографические досье: виды, регламент подготовки и актуализации.	ПК-13, ПК-14
19. Пресс-клиппинг (мониторинг прессы): тенденции развития, регламент подготовки.	ПК-13, ПК-14
20. Фактографические справки: виды, регламент подготовки.	ПК-13, ПК-14
21. Информационные исследования как база для подготовки аналитической продукции.	ПК-13, ПК-14
22. Обзорно-аналитическая информационная продукция: виды обзоров и критерии классификации.	ПК-13, ПК-14
23. Готовая обзорно-аналитическая продукция: виды. Организации, специализирующиеся на её подготовке и предоставлении.	ПК-13, ПК-14
24. Обзорно-аналитическая продукция, подготавливаемая библиотеками и информационными службами: регламент подготовки.	ПК-13, ПК-14
25. Информационная продукция, являющаяся результатом библиографических исследований: общая характеристика, виды, регламент подготовки, тенденции развития.	ПК-13, ПК-14
26. Патентные исследования: содержание и порядок проведения.	ПК-13, ПК-14

27. Информационная продукция, являющаяся результатом патентных исследований: общая характеристика, виды, регламент подготовки, тенденции развития.	ПК-13, ПК-14
28. Информационная продукция, являющаяся результатом маркетинговых исследований: общая характеристика, виды, регламент подготовки, тенденции развития.	ПК-13, ПК-14
29. Информационная продукция, являющаяся результатом коммуникационного аудита: общая характеристика, виды, регламент подготовки, тенденции развития.	ПК-13, ПК-14
30. Комплексные информационные мероприятия: общая характеристика, модульная структура, виды, тенденции развития.	ПК-13, ПК-14
31. Научно-технические конференции: методика подготовки и проведения.	ПК-13, ПК-14
32. Научно-технические выставки: методика подготовки и проведения.	ПК-13, ПК-14
33. День информации и День специалиста: методика подготовки и проведения.	ПК-13, ПК-14
34. Презентации: методика подготовки и проведения.	ПК-13, ПК-14
35. Консультационные услуги: основные направления, виды, методика предоставления, тенденции развития.	ПК-13, ПК-14
36. Оценка качества информационной продукции. Создание документации системы качества.	ПК-13, ПК-14
37. Рынок информационно-аналитических продуктов и услуг. Современное состояние и тенденции развития.	ПК-13, ПК-14
38. Информационное взаимодействие на рынке информационно-аналитических продуктов и услуг. Создание профессиональных ассоциаций. Кодексы профессиональной этики.	ПК-13, ПК-14
39. Характеристика производителей информационной продукции.	ПК-13, ПК-14
40. Потребители информационной продукции. Формирование спроса на информационную продукцию.	ПК-13, ПК-14
41. Маркетинговые исследования информационного рынка: значение, цели, этапы проведения.	ПК-13, ПК-14
42. Товарная политика библиотек и информационных служб. Разработка товарной номенклатуры.	ПК-13, ПК-14
43. Формирование цен на информационную продукцию.	ПК-13, ПК-14
44. Реклама информационной продукции.	ПК-13, ПК-14
45. Продвижение информационной продукции:	ПК-13, ПК-14

интегрированный подход.	

5.4. Методические материалы по оцениванию результатов обучения

Промежуточная аттестация реализуется в ходе сдачи обучающимися очной и заочной формы обучения экзамена. Целью промежуточной аттестации является комплексная и объективная оценка знаний студентов в процессе освоения ими основной образовательной программы высшего профессионального образования.

Экзамен по дисциплине «Информационное обслуживание» преследует цель оценить работу студента за курс, степень усвоения теоретических знаний и компетенций, уровень творческого мышления, навыков самостоятельной работы, умение анализировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Экзамен проводитсяв устной или письменной форме по экзаменационным билетам, которые утверждаются кафедрой. При необходимости экзаменатору предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы, а также помимо теоретических вопросов давать задачи и практические задания по программе курса.

Во время экзамена студенты могут пользоваться учебными программами, справочниками и прочими источниками информации, перечень которых устанавливается преподавателем и согласовывается на заседании кафедры. Использование материалов, не предусмотренных указанным перечнем, а также попытка общения с другими студентами, в том числе с применением электронных средств связи, несанкционированные перемещения студентов и т.п. являются основанием для удаления студента из аудитории и последующего внесения в ведомость отметки «неудовлетворительно» («не зачтено»).

Критериями успешности освоения студентом данной учебной дисциплины при проведении текущего и итогового контроля являются:

1. Количество правильных ответов на текущем тестировании и по экзаменационному билету.

2. Активность и адекватность поведения студента на семинарских занятиях, выполнение каждым студентом всех практических работ, осмысленность и самостоятельность суждений, проявленных в ходе устного опроса.

3. Правильные ответы на вопросы по содержанию базовых источников из списков рекомендованной литературы по дисциплине.

4. Демонстрация знания профессиональных терминов, понятий, категорий и теорий.

5. Наличие собственного видения рассматриваемой проблемы, сформированного на основе изучения и анализа научных работ, выполнения практических заданий.

6. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Основная и дополнительная учебная литература

Основная литература

1. Брежнева, В.В.http://irbis.hgiik.ru/CGI/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=HGIIK&P21DBN=HGIIK&S21STN=1&S21REF=3&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21STR= Информационное обслуживание [Текст] : учеб. пособие / В. В. Брежнева, Р. С. Гиляревский. - СПб. : Профессия, 2012. - 368 с.

2. Информационно-библиотечное обслуживание людей с ограниченными возможностями : учебное пособие / авт.-сост. Ж.В. Гречкина ; Министерство образования и науки РФ. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 239 с. - Библиогр.: с. 163-176. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=466960

Дополнительная литература

1. Блюменау Д.И. Информационный анализ/синтез дляформирования вторичных документов: Учеб.-практ.пособие /Д.И. Блюменау. - СПб.: Профессия 2002 - 240 с

2. Брежнева, В.В.http://irbis.hgiik.ru/CGI/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=HGIIK&P21DBN=HGIIK&S21STN=1&S21REF=3&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21STR= Информационное обслуживание: продукты и услуги, предоставляемые библиотеками и службами информации предприятий: учебно-практическое пособие [Текст] / В. В. Брежнева, В. А. Минкина; СПбГУКИ . - 2-е изд., перераб. . - СПб. : Профессия, 2006. - 304 с.

3. Брежнева, В.В.http://irbis.hgiik.ru/CGI/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=HGIIK&P21DBN=HGIIK&S21STN=1&S21REF=3&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21STR= Информационное обслуживание: продукты и услуги, предоставляемые библиотеками и службами информации предприятий: учеб. - практ. пособие [Текст] / В. В. Брежнева, В. А. Минкина . - СПб. :СПбГУКИ, 2004. - 304 с.

4. Брежнева, В.В.http://irbis.hgiik.ru/CGI/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=HGIIK&P21DBN=HGIIK&S21STN=1&S21REF=3&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21STR= Информационный анализ : учебное пособие [Текст] / В. В. Брежнева, Т. В. Ляшенко, В.А. Минкина. - СПб. :СПбГУКИ, 2004.

5. Днепровская, Н. В. Аналитические исследования в информационных и коммуникационных средах. Учебн [Электронный ресурс] : практическое пособие / Н. В. Днепровская, С. Н. Селетков. - М.: Евразийский открытый институт, 2010. - 182 с. - 978-5-374-00368-0. Режим доступа: http://www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90657.

6.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

В соответствии с лицензионными нормативами обеспечения библиотечно-информационными ресурсами библиотека организует индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, к учебным материалам Электронно-библиотечных систем (ЭБС):

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». Издательство: ООО «НексМедиа». Принадлежность сторонняя. www.biblioclub.ru. Количество ключей (пользователей): 100% on-line. Характеристики библиотечного фонда, доступ к которому предоставляется договором: доступ к базовой части ЭБС.

2. ЭБС «Издательство Планета музыки». Электронно-библиотечная система ООО «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ». Принадлежность сторонняя. www.e.lanbook.com. Количество ключей (пользователей): 100% on-line. Характеристики библиотечного фонда, доступ к которому предоставляется договором: доступ к коллекциям: «Музыка и театр», «Балет. Танец. Хореография».

3. БД Электронная Система «Культура». База Данных Электронная Система «Культура». Принадлежность сторонняя. http://www.e-mcfr.ru.

4. Web ИРБИС Хабаровский государственный институт искусств и культуры (электронный каталог). Международная ассоциация пользователей и разработчиков электронных библиотек и новых информационных технологий (ассоциация ЭБНИТ). Принадлежность сторонняя. http://irbis.hgiik.ru.

5. eLIBRARY.ru – Научная электронная библиотека. ООО Научная электронная библиотека. Принадлежность сторонняя. http://elibrary.ru/ Лицензионное соглашение № 13863 от 03.10.2013 г. – бессрочно.

6. Электронно-библиотечная система ФГБОУ ВО «ХГИК». ФГБОУ ВО «ХГИК». Принадлежность собственная. Локальный доступ. http://carta.hgiik.ru. Приказ по Институту № 213-об от 07.10.2013 г.

7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Электронная библиотека. ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», Министерство образования и науки РФ. Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. http://window.edu.ru

8. Единая коллекция Цифровых Образовательных Ресурсов. ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. http://school-collection.edu.ru

9. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. Федеральный центр информационно- образовательных ресурсов, ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. http://fcior.edu.ru

Для подготовки курсовых, выпускных и научных работ обучающиеся могут использовать полнотекстовую базу данных WebofScience. Режим доступа: электронный, из внутренней сети института. Официальный сайт: webofknowledge.com

Профессиональные базы данных, информационные справочные системы и ресурсы интернет свободного доступа

9. https://docplan.ru – свободно распространяемая полнотекстовая база данных документов национальной системы стандартизации.

10. http://base.garant.ru - справочная правовая система «Гарант».

11. https://www.proquest.com/ - LISA: LibraryandInformationScienceAbstracts Реферативно-библиографическая база статей по библиотечному делу и информатике на платформе CSA (CambridgeScientificAbstracts).

12. http://nlr.ru/res/inv/ic_www/cat_show.php?rid=57 - Информационные ресурсы в сети Интернет: путеводитель - Библиотеки, библиотечные организации и информационные центры

13. http://infoculture.rsl.ru/RSKD/asp/XDB/user_ifc.htm?BB@@ - База данных «Библиотечное дело и библиография» Российской системы научно-информационного обеспечения культурной деятельности

6.3. Информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Программно-информационное обеспечение учебного процесса соответствует требованиям государственного образовательного стандарта.

Для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, занятий практического типа, групповыхконсультаций, текущего контроля и промежуточной аттестацииисользуетсяследующеепрограммное обеспечение:

–лицензионноепроприетарноепрограммноеобеспечение:

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office (всоставпакетавходят: Word, Excel, PowerPoint, FrontPage, Access)
3. Adobe Creative Suite 6 Master Collection (всоставпакетавходят: Photoshop CS6 Extended, Illustrator CS6, InDesign CS6, Acrobat X Pro, Dreamweaver CS6, Flash Professional CS6, Flash Builder 4.6 Premium Edition, Dreamweaver CS6, Fireworks CS6, Adobe Premiere Pro CS6, After Effects CS6, Adobe Audition CS6, SpeedGrade CS6, Prelude CS6, Encore CS6, Bridge CS6, Media Encoder CS6);

–свободнораспространяемоепрограммноеобеспечение:

1. наборофисныхпрограммLibre Office
2. аудиопроигрывательAIMP
3. видеопроигрыватель Windows Media Classic
4. интернет-браузер Chrome.

Длясамостоятельнойподготовки студентов к занятиям по дисциплине требуется обращение к программному обеспечению MicrosoftWindows, MicrosoftOffice, в том числе для подготовки мультимедийных презентаций по темам семинаров в программе PowerPoint. Для создания конечных нередактируемых версий документа рекомендуется использовать

AcrobatXPro, входящий в состав пакета AdobeCreativeSuite 6 MasterCollection.

При изучении дисциплины обучающиеся имеют возможность использования информационно-справочных систем «Культура» и «Гарант», Всероссийскую отраслевую справочную систему «Информио», реферативных и библиометрических баз данных рецензируемой литературы WebofScienceиScopus, в соответствии с заключенными договорами.

На всех компьютерах в институте установленолицензионноеантивирусное программное обеспечение KaspeskyEndpointSecurity. Необходимым условием информационной безопасности института является обязательная проверка на наличие вирусов внешних носителей перед их использованием с помощью KaspeskyEndpointSecurity.

Перечисленное программное обеспечение обновляется по мере выхода новых версий программ в рамках соответствующих лицензий и соглашений.

6.4. Материально-техническая база

Материально-техническое обеспечение реализуемой дисциплины соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, занятий практического типа, групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестациив учебном процессе активно используются следующие специальные помещения:

- аудитория 213а (БИД), оснащенная мультимедийным презентационным комплексом в составе проектора, активной акустической системы, персонального компьютера; столами, стульями, столом письменным для преподавателей, доской настенной.

Для самостоятельной работы студентов предназначены:

-ауд. 209 (читальный зал), оборудованный персональными компьютерами, обеспечивающими доступ к электронной информационно-образовательной среде организации, к сети «Интернет», к электронным библиотечным системам;

- аудитория 213а (БИД), оснащенная мультимедийным презентационным комплексом в составе проектора, активной акустической системы, персонального компьютера; столами, стульями, столом письменным для преподавателей, доской настенной.

При необходимости в учебном процессе используются комплектыпереносныхдемонстрационных комплексов (ноутбук, проектор, экран).

Все компьютеры Института объединены в локальную сеть, с каждого из них возможен выход в глобальную сеть Интернет. Институт использует выделенный канал со скоростью 10 Мб/с. Для студентов имеется возможность выхода в сеть Интернет с мобильных устройств посредством сети WiFi, которая установлена в читальном зале Института.

Проведение лекций по дисциплине сопровождается использованием в качестве учебно-наглядных материалов слайд-презентаций.

7. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Воспитание обучающихся при освоении ими основных профессиональных образовательных программ (далее – ОПОП) осуществляется на основе рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы, включаемых в ОПОП.

Цель воспитательной работы – создание условий для активной жизнедеятельности обучающихся, их гражданского самоопределения, профессионального становления и индивидуально-личностной самореализации в созидательной деятельности для удовлетворения потребностей в нравственном, культурном, интеллектуальном, социальном и профессиональном развитии.

Задачи воспитательной работы: развитие мировоззрения и актуализация системы базовых ценностей личности, приобщение к общечеловеческим нормам морали, национальным устоям и академическим традициям; воспитание уважения к закону, нормам коллективной жизни, развитие гражданской и социальной ответственности; воспитание положительного отношения к труду, формирование культуры и этики профессионального общения; формирование личностных качеств, необходимых для эффективной профессиональной деятельности; воспитание внутренней потребности личности в здоровом образе жизни, ответственного отношения к природной и социокультурной среде; повышение уровня культуры безопасного поведения.

Особенности и традиции Института обусловливают следующие основные направления воспитательной работы: патриотическое, гражданское, духовно-нравственное, культурно-творческое, научно-образовательное, профессионально-трудовое, волонтерское (добровольческое), экологическое, физическое. Виды деятельности обучающихся в воспитательной системе образовательной организации: проектная деятельность (как коллективное творческое дело), волонтерская деятельность, учебно-исследовательская и научно-исследовательская деятельность, досуговая, творческая и социально-культурная деятельность и др.

Воспитательный потенциал учебно-исследовательской и научно-исследовательской деятельности реализуется в процессе развития исследовательской компетентности обучающихся на протяжении всего срока их обучения в Институте. Результаты студенческой научно-исследовательской деятельности проходят апробацию в рамках научных и научно-практических конференций различного уровня, в т.ч. конференций, организованных Институтом.

Социально-культурная и творческая деятельность обучающихся реализуется при организации и проведении значимых событий и

мероприятий гражданско-патриотической, научно-исследовательской, социокультурной и физкультурно-спортивной направленности. Виды творческой деятельности обучающихся в Институте: музыкальное творчество, хореографическое творчество, театральное творчество, научное творчество, медиапроекты и др.

Волонтерская деятельность обучающихся – широкий круг направлений созидательной деятельности, включающий различные формы гражданского участия. По инициативе обучающихся и при их активном участии в Институте осуществляет свою деятельность добровольческий отряд «Мы».

Реализацию Рабочей программы воспитания помогает обеспечивать взаимодействие с различными социальными институтами, субъектами воспитания. Особое значение для воспитательного процесса имеет организация практической деятельности обучающихся с целью развития профессиональных компетенций в условиях Института и профильных учреждений и организаций.

8. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В процессе изучения дисциплины и осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья применяются адаптированные формы обучения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей.

Обучение лиц с ограниченными возможностями и инвалидов организуется как совместно с другими обучающимися на лекционных и практических занятиях, так и по индивидуальному учебному плану. Во время приемной кампании, а также во время сдачи различных форм промежуточной и государственной итоговой аттестации в Институте созданы необходимые условия для оказания технической помощи инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (при необходимости может быть допущено присутствие в аудитории ассистентов, сопровождающих лиц, собаки-поводыря и т.п.).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, при необходимости, могут быть обеспечены электронными и печатными образовательными ресурсами с учетом их индивидуальных потребностей. Для реализации доступной среды при необходимости в учебном процессе могут быть задействованы документ-камера для увеличения текстовых фрагментов и изображений (для лиц с нарушениями зрения) и переносная индукционная система для слабослышащих «Исток» А2 со встроенным плеером – звуковым информатором.

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» предоставляет обучающимся с ОВЗ (по зрению) ряд возможностей для обеспечения эффективности процесса обучения. При чтении масштаб страницы сайта

можно увеличить с помощью специального значка на главной странице. Можно использовать полноэкранный режим отображения книги или включить озвучивание непосредственно с сайта при помощи программ экранного доступа (например, Jaws , «Balabolka»). Скачиваемые фрагменты в формате pdf, имеющие высокое качество, могут использоваться тифлопрограммами для голосового озвучивания текстов, могут быть загружены в тифлоплееры, а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.

Сервис ЭБС «Цитатник» помогает пользователю извлечь цитату и автоматически формирует корректную библиографическую ссылку, что особенно актуально для лиц с ограниченными возможностями и облегчает процесс написания курсовой или выпускной квалификационной работы.

Для подготовки к занятиям обучающиеся с ОВЗ (по зрению) могут использовать мобильное приложение ЭБС «Лань», предназначенное для озвучивания текста книги. Режим доступа: электронный, приложение скачивается обучающимся самостоятельно с сайта e.lanbook.ru, необходимое условие: быть зарегистрированным в ЭБС «Лань». Используется свободно распространяемая программа экранного доступа Nvda.

Подробнее об организации доступной среды см. соответствующий раздел основной профессиональной образовательной программы.