

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Факультет культуры и искусств

Кафедра библиотечно-информационных ресурсов

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета



Т. М. Кожевникова

«21» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.11 Информационно-аналитические продукты и услуги

Направление подготовки/специальность: 51.03.06 - Библиотечно-информационная деятельность

Профиль/направленность/специализация: Информационно-аналитическая деятельность

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2023

Тамбов, 2023

Автор программы:

Кандидат исторических наук, доцент Балашова Елена Николаевна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.06 - Библиотечно-информационная деятельность (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «06» декабря 2017 г. № 1182).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры библиотечно-информационных ресурсов «16» июня 2023 г. Протокол № 10

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета культуры и искусств, Протокол от «21» июня 2023 г. № 6.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Бакалавриата.....	4
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	13
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	25
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	27
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	27

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-8 Готов к созданию информационно-аналитической продукции на основе анализа информационных ресурсов

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- информационно-аналитический

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере проектирования, разработки, внедрения и эксплуатации информационных систем, управления их жизненным циклом)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-8 Готов к созданию информационно-аналитической продукции на основе анализа информационных ресурсов	Осуществляет подготовку основных видов информационно-аналитических продуктов, в том числе с применением цифровых технологий

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-8 Готов к созданию информационно-аналитической продукции на основе анализа информационных ресурсов

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Очная (семестр)		Заочная (семестр)	
		7	8	8	9
1	Инновационно-методическая деятельность библиотечно-информационных учреждений	+		+	
2	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		+	+	
3	Преддипломная практика		+		+

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Информационно-аналитические продукты и услуги» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 51.03.06 - Библиотечно-информационная деятельность.

Дисциплина «Информационно-аналитические продукты и услуги» изучается в 7, 8 семестрах.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 6 з.е.

Очная: 6 з.е.

Заочная: 6 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	216	216
Контактная работа	112	68
Лекции (Лекции)	48	32
Практические (Практ. раб.)	64	36
Самостоятельная работа (СР)	68	139
Экзамен	36	9

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
7 семестр								
1	Теоретические основы сервисной деятельности	2	2	2	2	1	12	Собеседование / опрос
2	Эволюция информационного сервиса	2	2	2	2	1	8	Собеседование / опрос
3	Информация как товар	2	2	2	2	1	12	Собеседование / опрос
4	Виды информационных продуктов и услуг	2	2	2	2	1	12	тестирование
5	Субъекты информационного рынка	2	2	4	4	1	12	Решение контекстных ситуационных задач
6	Маркетинговые исследования информационного рынка	2	2	1	2	1	12	Дебаты
7	Информационные потребности	2	2	1	2	1	10	Практическое задание для практической подготовки

8	Документальные услуги	2	1	1	-	2	2	Решение контекстных ситуационных задач
9	Библиографические продукты и услуги	2	1	1	1	2	2	Практическое задание для практической подготовки
10	Фактографические продукты и услуги	2	1	6	1	2	2	Решение контекстных ситуационных задач
11	Консультационные услуги	2	1	1	1	1	2	Дебаты
12	Исследовательские услуги и продукты	2	2	-	-	2	4	Решение контекстных ситуационных задач
13	Аналитические обзоры и обзорные справки	4	1	-	-	8	2	Решение контекстных ситуационных задач
14	Библиографические исследования	2	2	1	1	2	4	Решение контекстных ситуационных задач
15	Патентные исследования	2	1	1	-	1	4	Контрольный срез (тестирование)
16	Маркетинговые исследования	4	1	10	4	12	2	Решение контекстных ситуационных задач
17	Доклады для руководителей как результат спичрайтерства	2	1	2	2	2	6	контрольный срез
18	Коммуникативный аудит	1	-	-	2	2	2	Решение контекстных ситуационных задач
19	Комплексные информационные мероприятия	4	2	12	4	8	3	Решение контекстных ситуационных задач
20	Качество информационных продуктов и услуг	1	2	-	-	2	2	Решение контекстных ситуационных задач
21	Разработка товарной номенклатуры	2	1	12	2	12	20	Решение контекстных ситуационных задач

22	Стоимость информационных продуктов и услуг	1	-	1	2	1	2	Решение контекстных ситуационных задач
23	Продвижение информационных продуктов и услуг	1	1	2	-	2	2	Тестирование

Тема 1. Теоретические основы сервисной деятельности (ПК-8)

Лекция.

Понятия «сервис», «сервисная деятельность», «услуга». Значение, объекты, задачи, особенности сервисной деятельности. Основные тенденции развития сферы услуг. Классификации услуг.

Практическое занятие.

Не предусмотрено.

Задания для самостоятельной работы.

Сравнительный анализ терминов «сервис», «сервисная деятельность», «услуга», закрепленных в словарях, стандартах, а также используемых различными исследователями.

Тема 2. Эволюция информационного сервиса (ПК-8)

Лекция.

Эволюция информационного обслуживания пользователей. Изменения в содержании каждого из этапов: изучение пользователей информации; выбор режима и формы информационного обслуживания; анализ информационных ресурсов, используемых при обслуживании; анализ эффективности инструментов навигации в информационных ресурсах; подготовка информационной продукции; изучение эффективности информационного обслуживания. Закономерность перехода от библиотечного обслуживания к информационному сервису. Информационное обслуживание как составляющая сервисной деятельности: общее и особенное.

Практическое занятие.

Не предусмотрено.

Задания для самостоятельной работы.

1. выявить источники, посвященные общим вопросам информационного и библиотечного сервиса,
2. составить библиографический список.

Тема 3. Информация как товар (ПК-8)

Лекция.

Понятие «социальная информация». Ее основные свойства. Соотношение понятий «информационная продукция», «информационный товар», «информационная услуга». Три уровня товара: обобщенный, реальный, интегрированный товар. Предпродажные и послепродажные услуги. Особенности информационных услуг: неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, несохраняемость. Потребительские риски, механизмы их снижения. Потребительские требования к информации как исходному ресурсу, оборудованию и технологиям, производителю, условиям предоставления услуг.

Практическое занятие.

1. Понятия «сервис», «сервисная деятельность».
2. Виды товаров и услуг.
3. Сервисная деятельность и информационное обслуживание – общие и отличительные черты.

Задания для самостоятельной работы.

Распределить приведенный ниже список на 3 группы:

информационные продукты, информационные услуги, неинформационные продукты и услуги (адресная библиографическая справка, реферат, организация тематического вечера, аналитическая справка, подготовка доклада для руководителя, газета, фактографическая база данных, сканер, консультация при покупке вычислительной техники, справочник, подготовка библиографического списка, новостная строка, ксерокопирование, предоставление книги в читальном зале, бумага, предоставление компьютера для работы, редактирование библиографического списка, статья).

Тема 4. Виды информационных продуктов и услуг (ПК-8)

Лекция.

Проблема классификации информационных продуктов и услуг. Фасетный подход к классификации: его значение и достоинства. Аспекты характеристики информационных продуктов и услуг: характер предоставления сведений, ресурсная база, особенности поиска информации и критерии ее отбора, основания для осуществления обслуживания, периодичность обслуживания, режим обслуживания, место и способ предоставления информации. Виды информационных продуктов и услуг по каждому признаку.

Практическое занятие.

Не предусмотрено.

Задания для самостоятельной работы.

Сравнительный анализ нескольких классификаций информационных продуктов и услуг.

Тема 5. Субъекты информационного рынка (ПК-8)

Лекция.

Пользователь информации как субъект информационного рынка. Основные группы пользователей информации. Представления о «своих» и «сторонних» пользователях. Производители информационных продуктов и услуг. Аспекты их характеристики: профиль основной деятельности, форма собственности, сфера/уровень влияния, отраслевая/тематическая специализация, численность сотрудников, период работы на информационном рынке. Организации, предоставляющие информационные продукты и услуги, и основные направления их деятельности.

Практическое занятие.

Подготовить фирменное досье информационного учреждения.

Задания для самостоятельной работы.

Характеристика одного из производителей информационной продукции Тамбовской области по схеме: наименование, форма собственности, сфера влияния, год создания, численность сотрудников, направления деятельности.

Тема 6. Маркетинговые исследования информационного рынка (ПК-8)

Лекция.

Значение изучения информационного рынка. Основные этапы маркетингового исследования. Цели исследования: описательные, поисковые, экспериментальные. Отбор источников информации, первичные и вторичные данные. Сбор информации. Досье. Анализ собранной информации. Представление результатов исследования.

Практическое занятие.

1. Выявить каталоги предприятий и учреждений информационного профиля.
2. Выявить долю учреждений разного профиля в общем количестве государственных и коммерческих учреждений, предоставляющих информационную продукцию.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка досье одной из российских организаций информационной сферы (на основе информации, размещенной в сети Интернет).

Тема 7. Информационные потребности (ПК-8)

Лекция.

Классификация информационных потребностей: общественные, коллективные и индивидуальные потребности. Признаки информационных потребностей, значимые для обслуживания: тематика, характер требуемой информации, время возникновения и период действия потребностей, профильность, выгоды, искомые пользователями. Пути выявления информационных потребностей в библиотеках, являющихся самостоятельными учреждениями. Процесс уточнения индивидуального запроса. Выявление информационных потребностей в службах информации и библиотеках - структурных подразделениях учреждений. Рубрикатор информационных потребностей. Приемы работы с неопределенными запросами.

Практическое занятие.

Подготовка рубрикатора информационных потребностей для определенной группы пользователей.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка рубрикатора информационных потребностей для преподавателей специальных дисциплин специальности «Документоведение и ДОУ».

Тема 8. Документальные услуги (ПК-8)

Лекция.

Виды документальных услуг: обеспечение доступа к изданиям на разных носителях и языках, в режиме реального времени и в режиме отложенного времени, для временного или постоянного пользования; предоставление доступа к документальным базам данных и источникам в сети Интернет; МБА и электронная доставка документов. Технология предоставления услуг.

Практическое занятие.

Анализ условий предоставления услуги «электронная доставка документов» любой библиотеки

Задания для самостоятельной работы.

Сравнение двух видов услуг: межбиблиотечный абонемент и электронная доставка документов.

Тема 9. Библиографические продукты и услуги (ПК-8)

Лекция.

Основные виды библиографических продуктов: библиографические указатели, списки, тематические справки разной степени сложности, библиографические обзоры, списки цитируемой литературы. Библиографические услуги: устные адресные и уточняющие справки, chat-обслуживание, ИРИ и ДОР. Методика библиографического обслуживания.

Практическое занятие.

Задание №1.

1. Подготовить план-проспект библиографического указателя.
2. Выявить литературу, подготовить и систематизировать библиографический список.
3. Оформить библиографический указатель, дополнив список предисловием и вспомогательными указателями.
4. Подготовить библиографический обзор.

Задание №2.

1. Выявить новую информацию по заданной теме.
2. Подготовить бланк-заказ ИРИ.
3. Предоставить услугу пользователю и получить от него карту обратной связи.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка тематической библиографической справки по теме курсовой работы.

Тема 10. Фактографические продукты и услуги (ПК-8)

Лекция.

Фактографическая информация как один из основных коммерческих продуктов на информационном рынке. Методика предоставления фактографических услуг. Основные виды фактографических продуктов. Ресурсная база предоставления фактографических услуг: справочные издания и сайты, справочно-правовые системы. Бизнес-справки: краткие, стандартные, расширенные. Персональные электронные газеты как результаты пресс-клиппинга. Фактографические базы данных: персональные досье, картотеки образовательных услуг и др. Дайджесты: методика составления, отличие от проблемно-тематических указателей, характерные особенности, структура.

Практическое занятие.

подготовка бизнес-справки о любой организации г. Тамбова;

подготовка дайджеста на любую тему;

подготовка списка правовых актов по заданной теме, снабженный фрагментами из документов.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка дайджеста по теме курсовой работы.

Тема 11. Консультационные услуги (ПК-8)

Лекция.

Понятие «консультационные услуги». Значение консультационного обслуживания. Технология оказания консультационных услуг. Преимущества совместного поиска. Chat-обслуживание, два уровня его реализации. Консультационные услуги по поиску в Интернете. «Навигатор российского Интернета» и другие пособия. Консультационные услуги как средство повышения информационной культуры.

Практическое занятие.

Подготовка пользовательской инструкции для работы с каталогами библиотеки (в форме закладки).

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка пользовательской инструкции для работы с каталогами библиотеки (в форме буклета).

Тема 12. Исследовательские услуги и продукты (ПК-8)

Лекция.

Информационное исследование как услуга. Основные виды исследовательских услуг: предоставление аналитических обзоров и обзорных справок, библиографические исследования, патентные исследования, маркетинговые исследования, спичрайтерство, коммуникативный аудит и др. Ресурсная база проведения информационных исследований. Отчеты как результаты информационных исследований.

Практическое занятие.

Не предусмотрено.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка библиографического списка по теме «Исследовательские продукты и услуги».

Тема 13. Аналитические обзоры и обзорные справки (ПК-8)

Лекция.

Аналитические обзоры как результаты информационных исследований. Классификация аналитических обзоров: по целевому назначению, по охвату документов, по способу распространения. «Готовые» аналитические продукты. Структура обзора. Методика написания аналитических обзоров: основные этапы и требования. Отличительные черты обзорных справок.

Практическое занятие.

Подготовка обзорной справки по теме, предложенной преподавателем.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка обзорной справки по выбранной теме.

Тема 14. Библиографические исследования (ПК-8)

Лекция.

Понятие библиографического исследования. Методика проведения библиографических исследований. Структура отчета о библиографическом исследовании.

Практическое занятие.

Анализ документального потока, выявленного ранее при подготовке библиографического указателя по количественным и качественным показателям.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка отчета о библиографическом исследовании по результатам анализа документального потока, проведенного в рамках практического занятия.

Тема 15. Патентные исследования (ПК-8)

Лекция.

Методика проведения патентных исследований. Основной круг источников патентной и непатентной информации. Базы данных Роспатента как источник патентной информации. Регламент поиска. Отчет о поиске. Структура отчета о патентном исследовании.

Практическое занятие.

Поиск новейших изобретений в определенной сфере деятельности и подготовка краткой справки.

Задания для самостоятельной работы.

1. познакомиться с базами данных Роспатента
2. описать любые товарные знаки.

Тема 16. Маркетинговые исследования (ПК-8)

Лекция.

Понятие «маркетинговое исследование». Роль библиотек и служб информации в его проведении. Этапы маркетингового исследования: постановка целей, отбор источников информации, сбор и анализ информации, подготовка отчета. Основные блоки источников информации. Структура отчета о маркетинговом исследовании.

Практическое занятие.

1. Изучение структуры федерального архива.
2. Изучение структуры архива субъекта РФ.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка списка данных, необходимых для проведения маркетингового исследования в библиотеке.

Тема 17. Доклады для руководителей как результат спичрайтерства (ПК-8)

Лекция.

Понятие спичрайтерства. Тексты устных выступлений и докладов как результаты спичрайтерства. Учет особенностей устной речи в процессе подготовки текстов выступлений. Психологическая компетентность как одно из необходимых качеств спичрайтера. Доклады для вышестоящих органов, методика подготовки.

Практическое занятие.

Подготовка текста доклада на любую тему с учетом особенностей устной речи и аудитории.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка текста устного выступления перед абитуриентами на «Дне открытых дверей» от лица директора или заведующего кафедрой.

Тема 18. Коммуникативный аудит (ПК-8)

Лекция.

Понятие «коммуникативный аудит». Методика проведения коммуникативного аудита: анализ внешнего, исходящего и внутреннего информационных потоков, сопоставление результатов. Проведение коммуникативного аудита как необходимое условие информационной открытости организации.

Практическое занятие.

Не предусмотрено.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка отчета о результатах коммуникативного аудита.

Тема 19. Комплексные информационные мероприятия (ПК-8)**Лекция.**

Комплексные информационные мероприятия как новостные услуги. Основные виды комплексных информационных мероприятий: выставки, презентации, ярмарки, конференции, бизнес-семинары, круглые столы, дни информации, дни специалиста и др. Функции комплексных информационных мероприятий. Атрибуты публичных мероприятий. Этапы организации комплексных информационных мероприятий: подготовка, проведение, подведение итогов, оценка эффективности.

Практическое занятие.

Подготовка развернутой программы информационного мероприятия на любую тему.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка подробного сценария комплексного информационного мероприятия на любую тему.

Тема 20. Качество информационных продуктов и услуг (ПК-8)**Лекция.**

Система качества как подсистема управления. Принципиальные основы системы качества. Условия обеспечения качества информационной продукции. Требования к информационному обслуживанию. Специфика критериев оценки: субъективность оценок пользователей, невозможность установления нормативов времени.

Стандарты и регламентирующая документация как основа повышения качества информационной продукции.

Практическое занятие.

Не предусмотрено.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка данных для регламента на выбранный информационно-аналитический продукт или услугу.

Тема 21. Разработка товарной номенклатуры (ПК-8)**Лекция.**

Ассортиментные группы информационных продуктов и услуг. Товарная номенклатура и ее свойства: широта, насыщенность, глубина, гармоничность. Учет жизненного цикла товара при разработке номенклатуры информационных услуг.

Практическое занятие.

1. Сравнить несколько номенклатур разных информационных организаций и выявить их достоинства и недостатки.

2. Подготовить типовую номенклатуру информационных продуктов и услуг.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка товарной номенклатуры, включающей типовой перечень информационных продуктов и услуг, предоставляемых информационными учреждениями региона.

Тема 22. Стоимость информационных продуктов и услуг (ПК-8)**Лекция.**

Платность и бесплатность услуг: основные противоречия. Проблемы оценки стоимости информационной продукции. Ценовая дискриминация. Основные методы ценообразования. Формирование цен на информационную продукцию: определение целей ценовой политики, определение спроса (виды спроса, эластичность), оценка издержек, анализ предложения и цен конкурентов, выбор метода ценообразования, принятие решения об окончательном уровне цены.

Практическое занятие.

1. Сравнить стоимость одних и тех же информационных продуктов, и услуг в разных информационных учреждениях и рассчитать среднюю стоимость.
2. Рассчитать стоимость информационных продуктов и услуг на основе метода издержек.

Задания для самостоятельной работы.

В подготовленной в процессе выполнения предыдущего задания товарной номенклатуре информационных продуктов и услуг выделить платные и бесплатные и путем анализа прайс-листов (прейскурантов) нескольких библиотек и информационных служб разного уровня, установить диапазон цен на каждую платную услугу и продукт.

Тема 23. Продвижение информационных продуктов и услуг (ПК-8)

Лекция.

Понятие продвижения информационных продуктов и услуг. Источники маркетинговых сообщений. Способы продвижения. Виды рекламы. Инструменты PR. Сущность прямого маркетинга и стимулирования сбыта. Фирменный стиль библиотеки. Разработка коммуникационной стратегии: комплексная оценка ситуации; определение цели и задач обращения к целевой аудитории; выбор целевой аудитории; выбор маркетинговых коммуникаций-микс и средств передачи маркетинговых обращений; разработка идеи маркетинговых обращений и ее фиксация в соответствующих документах; разработка и утверждение бюджета; анализ результатов.

Практическое занятие.

Подготовка рекламных (флаер, листовка, плакат или др.) или PR- материалов (статья, пресс-релиз) для конкретного информационного учреждения.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовка флаера, рекламирующего конкретную информационную услугу или продукт.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

7 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 48 баллов
- контрольные срезы – 4 среза по 3 балла каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Теоретические основы сервисной деятельности	Собеседование / опрос	2	2 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием современной терминологии 1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.

2.	Эволюция информационного сервиса	Собеседование / опрос	2	<p>2 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием современной терминологии</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
3.	Информация как товар	Собеседование / опрос	2	<p>2 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием современной терминологии</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
4.	Виды информационных продуктов и услуг	тестирование	3	<p>3 балла - студент правильно отвечает на 60-100% вопросов в тесте</p> <p>2 балла - студент правильно отвечает на 40-59% вопросов в тесте.</p> <p>1 балл студент правильно отвечает на 20-39% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 20% правильных ответов баллов не дает</p>
5.	Субъекты информационного рынка	Решение контекстных ситуационных задач	2	<p>Студентам моделируется проблемная ситуация, которая максимально приближена к реальной из жизни университета. Задание выполняется в малых группах. Единственно возможного решения нет, преподаватель предлагает возможный алгоритм решения. Оцениваются методы решения, рассуждения, коллективное обсуждение и т.д. Одна и та же контекстная, ситуационная задача может быть предложена разным группам в целях организации соревнования между ними.</p> <p>2 балла начисляется группе, которая правильно аргументировала свои ответы на поставленные вопросы, привела доказательные аргументы в пользу своей точки зрения, в решении приняла участие вся группа, члены которой грамотно использовали современные теоретические знания и результаты вторичных исследований</p> <p>1 балл – группа не смогла ответить на все вопросы, которые сформулировал преподаватель для решения задачи, но коллективно участвовала в обсуждении других групп, могла дебатировать с использованием современной профессиональной терминологии и т.д.</p> <p>Баллы начисляются каждому члену группы</p>

6.	Маркетинговые исследования информационного рынка	Дебаты(контрольный срез)	3	<p>3 балла начисляется группе, которая одержала 2 победы (правильно аргументированные и доказанные аргументы «за» и/или «против» защищаемого тезиса, участие в дебатах всей группы, а не ее отдельных членов, грамотное использование современной терминологии)</p> <p>2 балла – по 1 победе (правильно обоснованные и доказанные аргументы «за» или «против» защищаемого тезиса, участие в дебатах отдельных членов группы, частично грамотное использование современной терминологии)</p> <p>1 балл – группа не одержала победу в дебатах, но коллективно участвовала в обсуждении тезисов, могла дебатировать с использованием современной терминологии и т.д.</p> <p>Баллы начисляются каждому члену группы.</p>
7.	Информационные потребности	Практическое задание для практической подготовки	5	<p>5 баллов - работа выполнена и оформлена безупречно</p> <p>4 балла- имеются незначительные ошибки в содержании и/или оформлении работы</p> <p>3 балла – работа выполнена с ошибками</p> <p>2 балла - работа выполнена с ошибками и оформлена небрежно</p> <p>1 балл - работа выполнена с существенными ошибками и оформлена небрежно</p>
8.	Документальные услуги	Решение контекстных ситуационных задач	3	<p>Студентам моделируется проблемная ситуация, которая максимально приближена к реальной из жизни университета. Задание выполняется в малых группах. Единственно возможного решения нет, преподаватель предлагает возможный алгоритм решения. Оцениваются методы решения, рассуждения, коллективное обсуждение и т.д. Одна и та же контекстная, ситуационная задача может быть предложена разным группам в целях организации соревнования между ними.</p> <p>3 балла начисляется группе, которая правильно аргументировала свои ответы на поставленные вопросы, привела доказательные аргументы в пользу своей точки зрения, в решении приняла участие вся группа, члены которой грамотно использовали современные теоретические знания и результаты вторичных исследований</p> <p>2 балла – правильно обоснованные и доказанные аргументы в решении задачи, участие отдельных членов группы, частично грамотное использование современных теоретических знаний и результатов вторичных исследований</p> <p>1 балл – группа не смогла ответить на все вопросы, которые сформулировал преподаватель для решения задачи, но коллективно участвовала в обсуждении других групп, могла дебатировать с использованием современной профессиональной терминологии и т.д.</p> <p>Баллы начисляются каждому члену группы</p>
9.	Библиографические продукты и услуги	Практическое задание для практической подготовки	3	<p>3 балла- работа выполнена и оформлена безупречно</p> <p>2 балла – работа выполнена с ошибками</p> <p>1 балла - работа выполнена с ошибками и оформлена небрежно</p>

10.	Фактографические продукты и услуги	Решение контекстных ситуационных задач	3	<p>Студентам моделируется проблемная ситуация, которая максимально приближена к реальной из жизни университета. Задание выполняется в малых группах. Единственно возможного решения нет, преподаватель предлагает возможный алгоритм решения. Оцениваются методы решения, рассуждения, коллективное обсуждение и т.д. Одна и та же контекстная, ситуационная задача может быть предложена разным группам в целях организации соревнования между ними.</p> <p>3 балла начисляется группе, которая правильно аргументировала свои ответы на поставленные вопросы, привела доказательные аргументы в пользу своей точки зрения, в решении приняла участие вся группа, члены которой грамотно использовали современные теоретические знания и результаты вторичных исследований</p> <p>2 балла – правильно обоснованные и доказанные аргументы в решении задачи, участие отдельных членов группы, частично грамотное использование современных теоретических знаний и результатов вторичных исследований</p> <p>1 балл – группа не смогла ответить на все вопросы, которые сформулировал преподаватель для решения задачи, но коллективно участвовала в обсуждении других групп, могла дебатировать с использованием современной профессиональной терминологии и т.д.</p> <p>Баллы начисляются каждому члену группы.</p>
11.	Консультационные услуги	Дебаты(контрольный срез)	3	<p>3 балла начисляется группе, которая одержала 2 победы (правильно аргументированные и доказанные аргументы «за» и/или «против» защищаемого тезиса, участие в дебатах всей группы, а не ее отдельных членов, грамотное использование современной терминологии)</p> <p>2 балла – по 1 победе (правильно обоснованные и доказанные аргументы «за» или «против» защищаемого тезиса, участие в дебатах отдельных членов группы, частично грамотное использование современной терминологии)</p> <p>1 балл – группа не одержала победу в дебатах, но коллективно участвовала в обсуждении тезисов, могла дебатировать с использованием современной терминологии и т.д.</p> <p>Баллы начисляются каждому члену группы.</p>
12.	Исследовательские услуги и продукты	Решение контекстных ситуационных задач	2	<p>Студентам моделируется проблемная ситуация, которая максимально приближена к реальной из жизни университета. Задание выполняется в малых группах. Единственно возможного решения нет, преподаватель предлагает возможный алгоритм решения. Оцениваются методы решения, рассуждения, коллективное обсуждение и т.д. Одна и та же контекстная, ситуационная задача может быть предложена разным группам в целях организации соревнования между ними.</p> <p>2 балла начисляется группе, которая правильно аргументировала свои ответы на поставленные вопросы, привела доказательные аргументы в пользу своей точки зрения, в решении приняла участие вся группа, члены которой грамотно использовали современные теоретические знания и результаты вторичных исследований</p> <p>1 балл – группа не смогла ответить на все вопросы, которые сформулировал преподаватель для решения задачи, но коллективно участвовала в обсуждении других групп, могла дебатировать с использованием современной профессиональной терминологии и т.д.</p> <p>Баллы начисляются каждому члену группы</p>

13.	Аналитические обзоры и обзорные справки	Решение контекстных ситуационных задач	3	<p>5-4 балла начисляется группе, которая одержала 2 победы (правильно аргументированные и доказанные аргументы «за» и/или «против» защищаемого тезиса, участие в дебатах всей группы, а не ее отдельных членов, грамотное использование современной терминологии)</p> <p>3-2 балла – по 1 победе (правильно обоснованные и доказанные аргументы «за» или «против» защищаемого тезиса, участие в дебатах отдельных членов группы, частично грамотное использование современной терминологии)</p> <p>1 балл – группа не одержала победу в дебатах, но коллективно участвовала в обсуждении тезисов, могла дебатировать с использованием современной терминологии и т.д.</p> <p>Баллы начисляются каждому члену группы.</p>
14.	Библиографические исследования	Решение контекстных ситуационных задач	2	<p>Студентам моделируется проблемная ситуация, которая максимально приближена к реальной из жизни университета. Задание выполняется в малых группах. Единственно возможного решения нет, преподаватель предлагает возможный алгоритм решения. Оцениваются методы решения, рассуждения, коллективное обсуждение и т.д. Одна и та же контекстная, ситуационная задача может быть предложена разным группам в целях организации соревнования между ними.</p> <p>2 балла начисляется группе, которая правильно аргументировала свои ответы на поставленные вопросы, привела доказательные аргументы в пользу своей точки зрения, в решении приняла участие вся группа, члены которой грамотно использовали современные теоретические знания и результаты вторичных исследований</p> <p>1 балл – группа не смогла ответить на все вопросы, которые сформулировал преподаватель для решения задачи, но коллективно участвовала в обсуждении других групп, могла дебатировать с использованием современной профессиональной терминологии и т.д.</p> <p>Баллы начисляются каждому члену группы</p>
15.	Патентные исследования	Контрольный срез (тестирование)(контрольный срез)	3	<p>3 балла - студент правильно отвечает на 60-100% вопросов в тесте</p> <p>2 балла - студент правильно отвечает на 40-59% вопросов в тесте.</p> <p>1 балл студент правильно отвечает на 20-39% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 20% правильных ответов баллов не дает</p>

16.	Маркетинговые исследования	Решение контекстных ситуационных задач	3	<p>Студентам моделируется проблемная ситуация, которая максимально приближена к реальной из жизни университета. Задание выполняется в малых группах. Единственно возможного решения нет, преподаватель предлагает возможный алгоритм решения. Оцениваются методы решения, рассуждения, коллективное обсуждение и т.д. Одна и та же контекстная, ситуационная задача может быть предложена разным группам в целях организации соревнования между ними.</p> <p>3 балла начисляется группе, которая правильно аргументировала свои ответы на поставленные вопросы, привела доказательные аргументы в пользу своей точки зрения, в решении приняла участие вся группа, члены которой грамотно использовали современные теоретические знания и результаты вторичных исследований</p> <p>2 балла – правильно обоснованные и доказанные аргументы в решении задачи, участие отдельных членов группы, частично грамотное использование современных теоретических знаний и результатов вторичных исследований</p> <p>1 балл – группа не смогла ответить на все вопросы, которые сформулировал преподаватель для решения задачи, но коллективно участвовала в обсуждении других групп, могла дебатировать с использованием современной профессиональной терминологии и т.д.</p> <p>Баллы начисляются каждому члену группы.</p>
17.	Доклады для руководителей как результат спичрайтерства	контрольный срез(контрольный срез)	3	<p>3 балла - студент правильно отвечает на 60-100% вопросов в тесте</p> <p>2 балла - студент правильно отвечает на 40-59% вопросов в тесте.</p> <p>1 балл студент правильно отвечает на 20-39% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 20% правильных ответов баллов не дает</p>
18.	Коммуникативный аудит	Решение контекстных ситуационных задач	2	<p>Студентам моделируется проблемная ситуация, которая максимально приближена к реальной из жизни университета. Задание выполняется в малых группах. Единственно возможного решения нет, преподаватель предлагает возможный алгоритм решения. Оцениваются методы решения, рассуждения, коллективное обсуждение и т.д. Одна и та же контекстная, ситуационная задача может быть предложена разным группам в целях организации соревнования между ними.</p> <p>2 балла начисляется группе, которая правильно аргументировала свои ответы на поставленные вопросы, привела доказательные аргументы в пользу своей точки зрения, в решении приняла участие вся группа, члены которой грамотно использовали современные теоретические знания и результаты вторичных исследований</p> <p>1 балл – группа не смогла ответить на все вопросы, которые сформулировал преподаватель для решения задачи, но коллективно участвовала в обсуждении других групп, могла дебатировать с использованием современной профессиональной терминологии и т.д.</p> <p>Баллы начисляются каждому члену группы</p>

19.	Комплексные информационные мероприятия	Решение контекстных ситуационных задач	2	<p>Студентам моделируется проблемная ситуация, которая максимально приближена к реальной из жизни университета. Задание выполняется в малых группах. Единственно возможного решения нет, преподаватель предлагает возможный алгоритм решения. Оцениваются методы решения, рассуждения, коллективное обсуждение и т.д. Одна и та же контекстная, ситуационная задача может быть предложена разным группам в целях организации соревнования между ними.</p> <p>2 балла начисляется группе, которая правильно аргументировала свои ответы на поставленные вопросы, привела доказательные аргументы в пользу своей точки зрения, в решении приняла участие вся группа, члены которой грамотно использовали современные теоретические знания и результаты вторичных исследований</p> <p>1 балл – группа не смогла ответить на все вопросы, которые сформулировал преподаватель для решения задачи, но коллективно участвовала в обсуждении других групп, могла дебатировать с использованием современной профессиональной терминологии и т.д.</p> <p>Баллы начисляются каждому члену группы</p>
20.	Качество информационных продуктов и услуг	Решение контекстных ситуационных задач	2	<p>Студентам моделируется проблемная ситуация, которая максимально приближена к реальной из жизни университета. Задание выполняется в малых группах. Единственно возможного решения нет, преподаватель предлагает возможный алгоритм решения. Оцениваются методы решения, рассуждения, коллективное обсуждение и т.д. Одна и та же контекстная, ситуационная задача может быть предложена разным группам в целях организации соревнования между ними.</p> <p>2 балла начисляется группе, которая правильно аргументировала свои ответы на поставленные вопросы, привела доказательные аргументы в пользу своей точки зрения, в решении приняла участие вся группа, члены которой грамотно использовали современные теоретические знания и результаты вторичных исследований</p> <p>1 балл – группа не смогла ответить на все вопросы, которые сформулировал преподаватель для решения задачи, но коллективно участвовала в обсуждении других групп, могла дебатировать с использованием современной профессиональной терминологии и т.д.</p> <p>Баллы начисляются каждому члену группы</p>
21.	Разработка товарной номенклатуры	Решение контекстных ситуационных задач	2	<p>Студентам моделируется проблемная ситуация, которая максимально приближена к реальной из жизни университета. Задание выполняется в малых группах. Единственно возможного решения нет, преподаватель предлагает возможный алгоритм решения. Оцениваются методы решения, рассуждения, коллективное обсуждение и т.д. Одна и та же контекстная, ситуационная задача может быть предложена разным группам в целях организации соревнования между ними.</p> <p>2 балла начисляется группе, которая правильно аргументировала свои ответы на поставленные вопросы, привела доказательные аргументы в пользу своей точки зрения, в решении приняла участие вся группа, члены которой грамотно использовали современные теоретические знания и результаты вторичных исследований</p> <p>1 балл – группа не смогла ответить на все вопросы, которые сформулировал преподаватель для решения задачи, но коллективно участвовала в обсуждении других групп, могла дебатировать с использованием современной профессиональной терминологии и т.д.</p> <p>Баллы начисляются каждому члену группы</p>

22.	Стоимость информационных продуктов и услуг	Решение контекстных ситуационных задач	2	<p>Студентам моделируется проблемная ситуация, которая максимально приближена к реальной из жизни университета. Задание выполняется в малых группах. Единственно возможного решения нет, преподаватель предлагает возможный алгоритм решения. Оцениваются методы решения, рассуждения, коллективное обсуждение и т.д. Одна и та же контекстная, ситуационная задача может быть предложена разным группам в целях организации соревнования между ними.</p> <p>2 балла начисляется группе, которая правильно аргументировала свои ответы на поставленные вопросы, привела доказательные аргументы в пользу своей точки зрения, в решении приняла участие вся группа, члены которой грамотно использовали современные теоретические знания и результаты вторичных исследований</p> <p>1 балл – группа не смогла ответить на все вопросы, которые сформулировал преподаватель для решения задачи, но коллективно участвовала в обсуждении других групп, могла дебатировать с использованием современной профессиональной терминологии и т.д.</p> <p>Баллы начисляются каждому члену группы</p>
23.	Продвижение информационных продуктов и услуг	Тестирование	3	<p>3 балла - студент правильно отвечает на 60-100% вопросов в тесте</p> <p>2 балла - студент правильно отвечает на 40-59% вопросов в тесте.</p> <p>1 балл студент правильно отвечает на 20-39% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 20% правильных ответов баллов не дает</p>
24.	Посещаемость		10	студент посетил все 100% занятий
25.	Премияльные баллы		20	<p>Дополнительные премияльные баллы могут быть начислены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - постоянная активность во время практических занятий – 20 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции – 10 / 20
26.	Ответ на экзамене		30	<p>10-17 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно»</p> <p>18-24баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо»,</p> <p>25-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично».</p>
27.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		50	<p>Задания представляют собой решение контекстных ситуационных задач.</p> <p>3 балла начисляется студенту, который правильно аргументировал свои ответы на поставленные вопросы, привел доказательные аргументы в пользу своей точки зрения, грамотно использовал современные теоретические знания и результаты вторичных исследований</p> <p>2 балла – правильно обоснованные и доказанные аргументы в решении задачи, частично грамотное использование современных теоретических знаний и результатов вторичных исследований</p> <p>1 балл – студент не смог ответить на все вопросы, которые сформулировал преподаватель для решения задачи</p>
28.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по экзамену выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
----------------------	----------------------

85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Дебаты

Тема 6. Маркетинговые исследования информационного рынка

1. Эволюция информационного сервиса.
2. Специфика информационного сервиса по сравнению с другими видами сервиса.
3. Роль различных субъектов информационного рынка для конечного потребителя.
4. Маркетинговые исследования.
5. Особенности информационных потребностей специалистов.

Тема 11. Консультационные услуги

-

контрольный срез

Тема 17. Доклады для руководителей как результат спичрайтерства

1. Что такое спичрайтерство?
 - (!) Подготовка исходных материалов для устных выступлений руководителей и докладов, предоставляемых в высшие инстанции.
 - (?) Подготовка речей для устных выступлений руководителей.
 - (?) Подготовка аналитических текстов.
2. Выберите примеры удачного вступления:
 - (?) Эту тему невозможно рассмотреть за столь короткий срок...
 - (?) Ну это и так все знают...
 - (!) Скажите, а кто из присутствующих здесь...
 - (!) Аудио-визуальное вступление.
3. Выберите пример удачной концовки:
 - (?) Спасибо, что дали мне слово.
 - (?) На эту тему еще долго можно говорить.
 - (!) Я рад, что мне выпала честь поделиться знаниями со столь профессиональной аудиторией.
4. Какие факторы принимаются во внимание при подготовке устной речи?
 - (!) Имидж руководителя.
 - (!) Возраст руководителя.
 - (!) Субординационные отличия.
5. Какое требование по отношению к тексту публичного выступления является неверным?
 - (!) необходимо использовать короткие, легко произносимые фразы, неуместны неожиданные сравнения, риторические вопросы,
 - (!) требуется изложение только самого главного с подробностью, соответствующей уровню компетентности аудитории обращения,

(!) представление трудно воспринимаемые на слух фактические сведения в таблицах, на схемах, в раздаточном материале, а не в тексте выступления.

Контрольный срез (тестирование)

Тема 15. Патентные исследования

1. Какова первая стадия выполнения патентного исследования?

- (!) Определение задач патентных исследований, видов исследований и методов их проведения и разработка задания на проведение патентных исследований.
- (?) Определение требований к поиску патентной и другой документации.
- (?) Разработка регламента поиска.

2. Какие источники используют при проведении тематического поиска по научно-технической информации?

- (!) Издания ВИНТИ.
- (!) Отраслевые периодические издания.
- (!) Диссертации.
- (!) Отчеты о НИР.
- (?) Описания изобретений.

3. Что является источниками патентной информации?

- (!) Полные описания изобретений и полезных моделей.
- (?) Отчеты о НИР.
- (?) Издания ВИНТИ.
- (!) Рефераты или формулы изобретений.

4. Какие источники информации используются с целью получения данных о конкретных технико-экономических показателях объектов-аналогов?

- (?) Издания ВИНТИ
- (?) Материалы симпозиумов, конференций
- (!) промышленные каталоги, стандарты
- (?) отраслевые периодические издания

5. Почему в процессе патентного поиска требуется привлекать дополнительные источники информации, помимо описаний изобретений?

- (!) описания изобретений не содержат данных о стадии разработки объекта (находится ли изобретение на стадии НИОКР или промышленного освоения)
- (!) Описания изобретений не говорят о недостатках новых технических решений
- (?) Описания изобретений не имеют стандартной структуры

Практическое задание для практической подготовки

Тема 7. Информационные потребности

Подготовка рубрикатора информационных потребностей для определенной категории пользователей

Тема 9. Библиографические продукты и услуги

1. Выявить новую информацию по заданной теме.
2. Подготовить бланк-заказ ИРИ.

3. Предоставить услугу пользователю и получить от него карту обратной связи.

Решение контекстных ситуационных задач

Тема 5. Субъекты информационного рынка

1. Подготовка фирменного досье информационного учреждения.
2. Подготовка рубрикатора информационных потребностей для определенной категории пользователей.
3. Подготовка библиографического обзора.
4. Подготовка дайджеста.
5. Подготовка товарной номенклатуры информационных продуктов и услуг.

Тема 8. Документальные услуги

-

Тема 10. Фактографические продукты и услуги

-

Тема 12. Исследовательские услуги и продукты

-

Тема 13. Аналитические обзоры и обзорные справки

-

Тема 14. Библиографические исследования

-

Тема 16. Маркетинговые исследования

-

Тема 18. Коммуникативный аудит

-

Тема 19. Комплексные информационные мероприятия

-

Тема 20. Качество информационных продуктов и услуг

-

Тема 21. Разработка товарной номенклатуры

-

Тема 22. Стоимость информационных продуктов и услуг

-

Собеседование / опрос

Тема 1. Теоретические основы сервисной деятельности

1. Особенности сервисной деятельности.

2. Основные этапы эволюции информационного обслуживания пользователей.
3. Специфика информационного обслуживания как сервисной деятельности.
4. Потребительские требования к информации.
5. Закономерность перехода от информационного обслуживания к информационному сервису.

Тема 2. Эволюция информационного сервиса

-

Тема 3. Информация как товар

-

тестирование

Тема 4. Виды информационных продуктов и услуг

1. Что такое информационная продукция?
 - (?) документы, информационные массивы, базы данных, являющиеся результатом функционирования информационных систем.
 - (!) документы, информационные массивы, базы данных и информационные услуги, являющиеся результатом функционирования информационных систем.
 - (?) первичные документы, библиографические пособия, фактографические справки и другие информационные продукты.
2. Какое высказывание неверно?
 - (!) Результатом оказания любой информационной услуги является информационный продукт.
 - (?) Существует такая информационная продукция, которую в равной степени можно рассматривать и как информационный продукт, и как информационную услугу.
 - (?) Понятия «информационный продукт» и «информационный товар» равнозначны.
3. К предпродажным услугам не относится:
 - (?) проявление личного внимания к покупателю.
 - (?) разработка системы каталогов и прейскурантов, подготовка технической документации.
 - (!) гарантийное обслуживание.
4. Что относится к послепродажным услугам?
 - (?) обучение обращению с товаром.
 - (!) доработка приобретенного программного обеспечения.
 - (!) регулярная актуализация базы данных.
 - (?) перевод технической документации на соответствующий язык.
5. Отметьте характеристики, присущие услугам:
 - (!) непостоянство качества.
 - (!) несохраняемость.
 - (!) неотделимость от источника.
 - (!) неосвязаемость.

Тема 23. Продвижение информационных продуктов и услуг

-

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

Типовые вопросы экзамена (ПК-8)

1. Исследовательские услуги и продукты.
2. Аналитические обзоры и обзорные справки.
3. Библиографические исследования.
4. Патентные исследования.
5. Маркетинговые исследования.

Типовые задания для экзамена (ПК-8)

1. Подготовка списка правовых актов по заданной теме, снабженного фрагментами из документов.
2. Патентный поиск новейших изобретений в определенной сфере деятельности и подготовка краткой справки.
3. Подготовка пользовательской инструкции для работы с каталогами библиотеки (в форме закладки).
4. Подготовка сценарного плана информационного мероприятия.
5. Подготовка рекламной листовки для информационного учреждения.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ПК-8	На превосходном уровне осуществляет подготовку основных видов информационно-аналитических продуктов
«хорошо» (70 - 84 баллов)	ПК-8	На высоком уровне осуществляет подготовку основных видов информационно-аналитических продуктов
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ПК-8	На достаточном уровне осуществляет подготовку основных видов информационно-аналитических продуктов
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ПК-8	На недостаточном уровне осуществляет подготовку основных видов информационно-аналитических продуктов

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;

- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;

- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы:
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Абросимова Н.В. Библиографическая деятельность библиотеки : учеб.-практ. пособие. - СПб: Профессия, 2013. - 160 с.

6.2 Дополнительная литература:

1. Гендина Н.И., Пономарева Н.В., Серебрянникова Т.О., Стегаева М.В. Аналитико-синтетическая переработка информации : учебник. - СПб.: Профессия, 2013. - 319 с.
2. Бернгардт Т. В. Информационный анализ : учебное пособие. - Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2018. - 96 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562924>
3. Гава О.Ю., Ткаченко Г.Б., РНТБ Библиотечно-библиографическое и информационное обслуживание : метод. пособие. - 4-е изд., доп.. - Москва, 2017. - 106 с.
4. Коршунов О.П., Леликова Н.К., Лиховид Т.Ф. Библиографоведение : учебник. - СПб: Профессия, 2014. - 287 с.
5. Тесля Е. В. Отраслевые информационные ресурсы : учебное пособие. - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2019. - 126 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498461>

6.3 Иные источники:

1. Библиотека ГОСТов - www.vsegost.com
2. Интернет-энциклопедии - <http://www.rubicon.com/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

7-Zip 9.20

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Операционная система Microsoft Windows 10

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Справочная правовая система "Консультант плюс". – URL: <http://www.consultant.ru>
2. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>
3. Электронная библиотека РФФИ. – URL: <https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>
4. Консультант студента. Гуманитарные науки: электронно-библиотечная система. – URL: <https://www.studentlibrary.ru>
5. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
6. Научная электронная библиотека Российской академии естествознания. – URL: <https://www.monographies.ru>
7. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
8. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
9. Российская национальная библиотека. – URL: <http://nlr.ru>
10. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>
11. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.