

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

«04» июля 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.01.2 Внутренний маркетинг

Направление подготовки/специальность: 51.04.06 - Библиотечно-информационная деятельность

Профиль/направленность/специализация: Инновационный менеджмент в библиотечно-информационной сфере

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2022

Тамбов, 2022

Автор программы:

Кандидат педагогических наук, доцент Неверова Татьяна Анатольевна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 51.04.06 - Библиотечно-информационная деятельность (уровень магистратуры) (приказ Министерства образования и науки РФ от «06» декабря 2017 г. № 1188).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры библиотечно-информационных ресурсов «23» июня 2022 г. Протокол № 6

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета культуры и искусств, Протокол от «04» июля 2021 г. № 3.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Магистра.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	10
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	12
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	12

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-3 Готов к стратегическому планированию, организации, проектированию, оптимизации, модернизации и нормативно-правовому обеспечению библиотечно-информационной деятельности

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

- научно-исследовательский

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сферах: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере проектирования, разработки, внедрения и эксплуатации информационных систем, управления их жизненным циклом), 07 Административно-управленческая и офисная деятельность (в сферах: урегулирования политических конфликтов и споров с помощью процедуры медиации; администрирования взаимоотношений между органами государственной власти, организаций сферы бизнеса и общественных организаций; политико-управленческой деятельности в политических партиях, международных организациях, общественных институтах, субъектах экономической и образовательной деятельности; организационного и документационного обеспечения управления организацией)

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-3 Готов к стратегическому планированию, организации, проектированию, оптимизации, модернизации и нормативно-правовому обеспечению библиотечно-информационной деятельности	Использует маркетинговые технологии в организации библиотечно-информационной деятельности

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-3 Готов к стратегическому планированию, организации, проектированию, оптимизации, модернизации и нормативно-правовому обеспечению библиотечно-информационной деятельности

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения		
		Заочная (семестр)		
		2	3	4
1	Авторское право в библиотеке			+
2	Информационное право		+	

3	Маркетинговые технологии в библиотеке	+		
4	Менеджмент качества в библиотеке		+	
5	Научно-исследовательская практика			+
6	Нормативно-правовое обеспечение библиотечно-информационной деятельности		+	
7	Правовое регулирование интеллектуальной собственности			+
8	Проектная деятельность библиотечно-информационных учреждений	+		
9	Стандартизация библиотечно-информационной деятельности	+		
10	Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности			+

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Внутренний маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 51.04.06 - Библиотечно-информационная деятельность.

Дисциплина «Внутренний маркетинг» изучается в 2 семестре.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 2 з.е.

Заочная: 2 з.е.

Вид учебной работы	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	72
Контактная работа	18
Лекции (Лекции)	8
Практические (Практ. раб.)	10
Самостоятельная работа (СР)	50
Зачет	4

3.2. Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лек ции	Пра кт. раб.	СР	
		3	3	3	
2 семестр					
1	Концепция внутреннего маркетинга библиотеки	2	2	10	решение ситуационных задач; устный опрос
2	Специфика внутреннего маркетинга. Требования и признаки внутреннего маркетинга	2	2	10	решение контекстных задач
3	Внутренний маркетинг на службе разных подразделений библиотеки	2	2	10	тест
4	Инструменты внутреннего маркетинга	1	2	10	Подготовка электронной презентации; Собеседование
5	Мотивация сотрудников библиотеки на основе концепции внутреннего маркетинга.	1	2	10	устный опрос; тест

Тема 1. Концепция внутреннего маркетинга библиотеки (ПК-3)

Лекция.

Основные термины и понятия внутреннего маркетинга, место в структуре маркетинговой деятельности библиотечно-информационного учреждения. Элементы стратегии внутреннего маркетинга. Значение внутреннего маркетинга для развития учреждения и повышения эффективности его деятельности. Отношения между функцией маркетинга и отделом маркетинга.

Тема 2. Специфика внутреннего маркетинга. Требования и признаки внутреннего маркетинга (ПК-3)

Лекция.

Процесс внутреннего маркетинга. Принципы внутреннего маркетинга.

Введение культуры обслуживания. Развитие маркетингового подхода к управлению кадрами. Распространение маркетинговой информации среди сотрудников библиотечно-информационного учреждения. Введение системы поощрения и награждения.

Внутренний маркетинг и организационная культура.

Тема 3. Внутренний маркетинг на службе разных подразделений библиотеки (ПК-3)

Лекция.

Сегмент внутреннего маркетинга. Действия руководящего персонала. Обучение персонала подразделений БИУ. Ориентация на пользователей и информационные потребности.

Тема 4. Инструменты внутреннего маркетинга (ПК-3)

Лекция.

Разработка маркетингового подхода к управлению человеческими ресурсами. Создание рабочих мест. Процесс найма. Начальное обучение.

Маркетинговые коммуникации внутри БИУ. Стандарты обслуживания, деятельности и методы оценки.

Нетипичные ситуации.

Использование технологии маркетинга при решении вопросов управления персоналом.

Тема 5. Мотивация сотрудников библиотеки на основе концепции внутреннего маркетинга. (ПК-3)

Лекция.

Основные варианты стимулирования трудовой активности библиотечных специалистов. Система дополнительных денежных выплат сотрудникам библиотеки. Нематериальные формы экономического стимулирования библиотечных кадров. Эффективный контракт.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

Балльно-рейтинговые мероприятия не предусмотрены

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Подготовка электронной презентации

Тема 4. Инструменты внутреннего маркетинга

- 1 Значение внутреннего маркетинга для развития учреждения и повышения эффективности его деятельности.
- 2 Процесс внутреннего маркетинга. Принципы внутреннего маркетинга.
- 3 Введение культуры обслуживания.
- 4 Развитие маркетингового подхода к управлению кадрами.
- 5 Распространение маркетинговой информации среди сотрудников библиотечно-информационного учреждения.

решение контекстных задач

Тема 2. Специфика внутреннего маркетинга. Требования и признаки внутреннего маркетинга

1. Подготовить реферат на тему «Методы решения необычных ситуаций».
2. Разработать программу перекрестного обучения сотрудников БИУ.
3. Подготовить аналитическую справку на примере конкретной библиотеки по повышению эффективности ее деятельности при использовании внутреннего маркетинга.

решение ситуационных задач

Тема 1. Концепция внутреннего маркетинга библиотеки

1. Подготовить сообщение на тему «Почему персонал библиотечно-информационного учреждения называется внутренним потребителем (клиентом)?»

2. Разработать программу внутреннего маркетинга (на выбор для любого типа библиотеки).
3. Подготовить реферат на тему «Методы решения необычных ситуаций».
4. Разработать программу перекрестного обучения сотрудников БИУ.
5. Подготовить аналитическую справку на примере конкретной библиотеки по повышению эффективности ее деятельности при использовании внутреннего маркетинга.

Собеседование

Тема 4. Инструменты внутреннего маркетинга

- 1 Обучение персонала подразделений БИУ.
- 2 Разработка маркетингового подхода к управлению человеческими ресурсами.
Маркетинговые коммуникации внутри БИУ.
- 3 Стандарты обслуживания, деятельности и методы оценки.

тест

Тема 3. Внутренний маркетинг на службе разных подразделений библиотеки

1. Внутренний маркетинг в библиотеке предполагает:

рекламу библиотечной деятельности;
создание условий для эффективной работы персонала;
развитие общественных структур управления.

- 2 Стиль управления, который характеризуется высокой централизацией руководства, доминированием единоначалия, — это стиль ...

авторитарный
демократический
либеральный
комплексный

3. Индивидуально осознанная последовательность изменений в профессиональных взглядах, позиции и поведении в течение трудовой жизни; последовательность занимаемых должностей в каких-либо областях профессиональной деятельности — это:

профессия
квалификация
специальность
карьера

4. Критерий успешности развития персонала, который соотносится с организационными целями, — это:

результат
реагирование
обучение
поведение

5. Приспособление человека к профессиональным, социальным и психологическим факторам труда и формирование у него индивидуального стиля деятельности — это профессиональная ...

квалификация
консультация
адаптация
ориентация

Тема 5. Мотивация сотрудников библиотеки на основе концепции внутреннего маркетинга.

1. Внутренний маркетинг в библиотеке предполагает:

рекламу библиотечной деятельности;

создание условий для эффективной работы персонала;
развитие общественных структур управления.

2 Стиль управления, который характеризуется высокой централизацией руководства, доминированием единоначалия, — это стиль ...

авторитарный

демократический

либеральный

комплексный

3. Индивидуально осознанная последовательность изменений в профессиональных взглядах, позиции и поведении в течение трудовой жизни; последовательность занимаемых должностей в каких-либо областях профессиональной деятельности — это:

профессия

квалификация

специальность

карьера

4. Критерий успешности развития персонала, который соотносится с организационными целями, — это:

результат

реагирование

обучение

поведение

5. Приспособление человека к профессиональным, социальным и психологическим факторам труда и формирование у него индивидуального стиля деятельности — это профессиональная ...

квалификация

консультация

адаптация

ориентация

устный опрос

Тема 1. Концепция внутреннего маркетинга библиотеки

- 1 Методы обучения персонала подразделений БИУ.
- 2 Разработка маркетингового подхода к управлению человеческими ресурсами.
- 3 Маркетинговые коммуникации внутри БИУ.
- 4 Стандарты обслуживания, деятельности и методы оценки.
- 5 Деловая этика в библиотеке.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-3)

- 1 Основные термины и понятия внутреннего маркетинга, место в структуре маркетинговой деятельности библиотечно-информационного учреждения.
- 2 Элементы стратегии внутреннего маркетинга.
- 3 Значение внутреннего маркетинга для развития учреждения и повышения эффективности его деятельности.
- 4 Процесс внутреннего маркетинга. Принципы внутреннего маркетинга.
- 5 Введение культуры обслуживания.
- 6 Обучение персонала подразделений БИУ.

- 7 Разработка маркетингового подхода к управлению человеческими ресурсами. Маркетинговые коммуникации внутри БИУ.
- 8 Стандарты обслуживания, деятельности и методы оценки.
- 9 Использование технологии маркетинга при решении вопросов управления персоналом.

Типовые задания для зачета (ПК-3)

- 1 Распространение маркетинговой информации среди сотрудников библиотечно-информационного учреждения.
- 2 Введение системы поощрения и награждения.
- 3 Внутренний маркетинг и организационная культура.
- 4 Сегмент внутреннего маркетинга. Действия руководящего персонала.
- 5 Обучение персонала подразделений БИУ.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено»	ПК-3	Уверенно использует маркетинговые технологии в организации библиотечно-информационной деятельности
«не зачтено»	ПК-3	Не использует маркетинговые технологии в организации библиотечно-информационной деятельности

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. Брежнева В.В., Дементьева Н.Ю., Жадько Н.В., Захаренко М.П., Ключев В.К., Колесникова М.Н. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности : учебник. - Санкт-Петербург: Профессия, 2017. - 239 с.
2. Дворовенко О. В. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности : учебно-методическое пособие. - Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2016. - 98 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472586>

6.2 Дополнительная литература:

1. Дворовенко О. В. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности : Учебное пособие для вузов. - 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2021. - 97 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/475797>

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:

Mozilla Firefox

Microsoft Windows 10

Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows "Лаборатория Касперского"

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Adobe Reader X (10.1.0) - Russian Adobe Systems Incorporated 25.07.2017 117,00 MB 10.1.0

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru>
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
3. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
4. Российская национальная библиотека. – URL: <http://nlr.ru>
5. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>

6. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
7. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина. – URL: <http://www.tambovlib.ru>

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.