



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ДГУ)
Факультет культуры

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Информационный бизнес

Кафедра библиотековедения и библиографии

Образовательная программа по направлению
51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность

Профиль подготовки
Библиотечно-информационное обеспечение потребителей информации
Уровень высшего образования
Бакалавриат

Форма обучения
Очная, заочная

Статус дисциплины: Вариативная

Махачкала, 2018

Рабочая программа дисциплины «Информационный бизнес» составлена в 2018 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки **51.03.06 «Библиотечно-информационная деятельность»** от «11» августа 2016 г. №1001, уровень – бакалавриат.

Разработчик: кафедра библиотековедения и библиографии
Абиева Ажий Абиевна – кандидат филологических наук, доцент

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры библиотековедения и библиографии
«24» июня 2018г., протокол № 10

Зав. кафедрой Аджаматова Н.К.  (подпись)

на заседании Методической комиссии факультета культуры от «2»
2018 г., протокол № 8

Председатель Мирзаева А.Р.  (подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением

«28» 06 2018г. _____

Начальник УМУ
Гасангаджиева А.Г.



(подпись)

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина "Информационный бизнес" входит в вариативную часть основной профессиональной образовательной программы бакалавриата направлению подготовки **51.03.06 «Библиотечно-информационная деятельность»**

Дисциплина реализуется на факультете культуры кафедрой библиотековедения и библиографии.

Дисциплина «Информационный бизнес» знакомит студентов с основами информационной деятельности как инфраструктуры общественного производства с одной стороны и с особенностями организации информационной поддержки этого вида деятельности, включающего такие основные этапы как анализ рыночных взаимоотношений, отбор целевых рынков, разработку комплекса маркетинга информационных продуктов и услуг как самостоятельной, гуманистически ориентированной научной дисциплины.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: ПК-8, ПК-11. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа, контроль самостоятельной работы.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: текущий контроль в форме контрольной работы, тестирования, докладов, рефератов и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 2 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий

очная форма обучения

Семестр	Учебные занятия						Форма промежуточной аттестации (экзамен)
	в том числе						
	Контактная работа обучающихся с преподавателем					СРС, том числе экзамен	
	Всего	из них					
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Консультации		
4	72	14		22		36	зачет

1. Цели освоения дисциплины

Цель дисциплины "Информационный бизнес" - знакомство студентов с основами информационной деятельности как инфраструктуры общественного производства с одной стороны и с особенностями организации информационной поддержки этого вида деятельности, включающего такие основные этапы как анализ рыночных взаимоотношений, отбор целевых рынков, разработку комплекса маркетинга информационных продуктов и услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина "Информационный бизнес" входит в вариативную часть Б.1.В.ДВ.11. основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки **51.03.06 «Библиотечно-информационная деятельность»**

Дисциплина реализуется на факультете культуры кафедрой библиотековедения и библиографии.

"Информационный бизнес" является одной из библиотековедческих дисциплин, обеспечивающих профессиональную подготовку квалифицированных библиотечных кадров. Дисциплина предполагает обеспечение подготовки библиотечных специалистов, способных реализовать в своей деятельности социальные функции библиотек, независимо от их типа, вида, ведомственной принадлежности, выполнять аналогичные функции в информационных органах, видеть перспективы развития библиотечного дела.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с учетом уровня развития отечественного и мирового библиотековедения как самостоятельной, гуманистически ориентированной научной дисциплины.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: ПК-8, ПК-11. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа, контроль самостоятельной работы.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: текущий контроль в форме контрольной работы, тестирования, докладов, рефератов и промежуточный контроль в форме зачета.

Дисциплина «Информационный бизнес» тесно связана с курсами «Менеджмент библиотечно-информационной деятельности», «Маркетинг библиотечно-информационной деятельности», «Реклама и дизайн в библиотеке».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения
ПК-8	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знает: социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия Умеет: работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия Владеет: способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ПК-11	способностью к изучению и анализу библиотечно-информационной деятельности	Знает: основы библиотечно-информационной деятельности Умеет: анализировать основы библиотечно-информационной деятельности Владеет: навыками изучения и анализа библиотечно-информационной деятельности

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

Оч на я фо рм а	Разделы и темы дисциплины	Семестр 5	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Самостоятельна	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной
--------------------------------	------------------------------	-----------	-----------------	---	----------------	---

об уч ен ия № п/п				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самост. раб.		аттестации (по семестрам)
	Модуль 1. Информационный бизнес как особый вид деятельности библиотечно-информационного учреждения.								
1	Цели, задачи, содержание и учебно-методические проблемы изучения курса.	4		2	2			2	Устный опрос.
2	Информационная деятельность как инфраструктура общественного производства и воспроизводства	4		2	4			2	Устный опрос
3	Потребительские рынки и покупатели информационных продуктов и услуг.	4		2	4			2	Тестирование. Контрольная работа (КР)
4	Основные понятия маркетинга информационных продуктов и услуг.	4							
5	Сегментация рынка информационных продуктов и услуг.	4							
	<i>Итого по модулю 1:</i>	36		6	10			12	Модульная контрольная работа
	Модуль 2. Структурные составляющие информационного бизнеса библиотечно-информационного учреждения								
1	Разработка информационных продуктов и услуг как товара		2	2	4			4	Устный опрос.
2	Планирование, стратегия и тактика маркетинга информационных продуктов и услуг.		1	2	2			2	Устный опрос
3	Методы распространение информационных продуктов и услуг		1	2	2			2	Тестирование. Контрольная работа (КР)

4	Реклама информационных продуктов и услуг		1	2	2			2	Устный опрос.
5	Система сбыта информационных продуктов и услуг		1		2			4	Устный опрос
	<i>Итого по модулю 2:</i>		6	8	12			14	Модульная контрольная работа
	ИТОГО:	72		14	22			36	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине

Модуль 1. Информационный бизнес как особый вид деятельности библиотечно-информационного учреждения.

Тема 1. Цели, задачи, содержание и учебно-методические проблемы изучения курса

Цели, задачи, содержание и учебно-методические проблемы изучения курса. Информационный бизнес как учебная и научная дисциплина. Особенности самостоятельной работы студентов по данному курсу

Тема 2. Информационная деятельность как инфраструктура общественного производства и воспроизводства

Информационная революция, ее характеристика. Особенности формирования информационной деятельности как инфраструктуры общественного производства и воспроизводства. Информационные ресурсы как объект информационной деятельности: цель, задачи, средства и предметы труда, процесс, содержание и результаты труда. Маркетинг и информационная деятельность. Информационный рынок, его характеристика. Особенности состава участников информационного рынка - производителей, поставщиков или посредников.

Тема 3. Потребительские рынки и покупатели информационных продуктов и услуг.

Модель покупательского поведения. Характеристика потребителя информации как покупателя ИП и У. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение. Тип личности. Психологические факторы: мотивация, восприятие, усвоение, убеждение и отношения. Характеристика процесса и различные варианты принятия решения о покупке ИП и У и реакция на нее.

Тема 4. Основные понятия маркетинга информационных продуктов и услуг.

Сущность, принципы, функции, методы маркетинга. Понятие "маркетинг информационных продуктов и услуг". Соотношение понятий "информационная потребность" и "потребность в ИП и У". Запрос. Обмен, условия обмена. Товар. ИП и У как товар. Отличие информационной услуги от продукта. Сделка: денежная и бартерная. Рынок информационного работника и потребителя информации. Состояние спроса и задачи маркетинга, соответствующие этим состояниям.

Тема 5. Сегментация рынка информационных продуктов и услуг. Массовый, товарно-дифференцированный и целевой маркетинг. Сегментация рынка ИП и У: основные принципы, критерии. Диверсификация. Отбор целевых рынков. Оценка рыночных возможностей. Позиционирование ИП и У на рынке. Варианты и стратегии охвата рынка.

Модуль 2. Структурные составляющие информационного бизнеса библиотечно-информационного учреждения.

Тема 6. Разработка информационных продуктов и услуг как товара.

Понятие "товар". Товарная единица. Основные виды классификации товаров. Классификация ИП и У как товара. Марочные товары. Качество. Марки. Границы использования марки. Упаковка товара. Сервисное обслуживание. Товарный ассортимент. Товарная номенклатура.

Жизненный цикл ИП и У как товара, основные этапы, их характеристика. Маркетинговая политика. Маркетинг ИП и У в сфере некоммерческой деятельности.

Тема 7. Планирование, стратегия и тактика маркетинга информационных продуктов и услуг.

Задачи планирования в маркетинге. Стратегический подход к планированию маркетинга. Выбор целей фирмы и целей маркетинга. План маркетинга и его характеристика. Ситуационный анализ как "моментальная фотография" деятельности фирмы. Стратегия маркетинга: сущность, принципы, задачи. Тактика маркетинга. Бюджет маркетинга. Маркетинговая деятельность как творческий процесс. Стратегия и тактика планирования маркетинга информационных продуктов и услуг.

Тема 8. Методы распространения информационных продуктов и услуг.

Природа каналов распределения. Понятие "канал распределения". Функции, число уровней, варианты и управление каналами распределения. Мотивация участников каналов распределения. Розничная и оптовая цена как метод распространения ИП и У. Природа, значение, виды. Классификация торговых заведений, типы магазинов, их ценовой образ. Характер торгового помещения. Фирмы внемагазинной розничной торговли. Принадлежность магазина. Оптовая торговля: значение и задачи.

Тема 9. Реклама информационных продуктов и услуг. Реклама как форма коммуникации.

Модель процесса коммуникации. Типы состояний покупательской готовности. Выбор обращения, средств распространения информации. Расчет общего бюджета на стимулирование. Формирование комплекса стимулирования. Реклама ИП и У. Основные решения в сфере рекламы. Рекламные агентства. Задачи и цели, виды рекламы. Рекламный бюджет. Средства распространения рекламного обращения. Выбор носителей рекламы. Временный график средств рекламы. Оценка рекламной программы. Стимулирование сбыта: постановка задач, выбор средств, разработка и апробирование программы. Пропаганда: задачи, носители, план, оценка результатов.

Тема 10. Система сбыта информационных продуктов и услуг.

История коммерции и искусства продажи: основные этапы. Выбор организационной структуры торгового аппарата. Привлечение, отбор и обучение торговых агентов. Основы искусства продажи. Контроль за работой торговых агентов и оценка ее эффективности. Личная продажа и государственная политика.

4.3.2. Содержание лабораторно-практических занятий по дисциплине.

Лабораторная работа 1

1. Методика проведения практических занятий

Данный практикум основан на рассмотрении конкретной ситуации (case-study) и направлен на приобретение навыков практического применения комплекса полученных студентами знаний для нахождения решения проблемы в конкретной предложенной ситуации, с которой студент (специалист ИТ-менеджер) может столкнуться в будущей профессиональной деятельности.

Case -study - это методика ситуативного обучения студентов, основанная на описании конкретной ситуации и направленная на поиск и реализацию решения проблемы. Описание конкретной ситуации включает описание компании, ее основных характеристик, описание проблемной ситуации, сложившейся в компании.

Основная задача практикума заключается в том, чтобы детально и подробно рассмотреть ситуацию на фирме-потребителе ИС при реализации проекта внедрения ИС.

Этапы выполнения практикума:

учебная группа делится на подгруппы по 3-5 человек; студенты получают материалы кейса (описание конкретной ситуации, методические указания по выполнению кейса) и изучают

их; в результате изучения материалов кейса студент должен четко представлять деятельность компании, основные характеристики компании, сложившуюся в ней проблемную ситуацию; после изучения материалов кейса студенты последовательно выполняют все этапы задания, приведенные в данном практикуме, и подготавливают отчет по каждому этапу в соответствии с требованиями к его оформлению; для защиты отчетов по каждому этапу необходимо знать методику выполнения заданий и уметь обосновать принятые решения.

2. Описание конкретной ситуации

Торговая компания «Рассвет» открыла свой первый магазин в 1998 году в Москве, после чего она стала активно развиваться как сеть универсамов. В 1999 и 2000 году было открыто по 3 магазина в разных районах Москвы, в 2001 году - 5 магазинов в Москве и 1 в Московской области, в 2002 году открыто 7 магазинов. Сейчас компания имеет 28 магазинов и к концу года планирует открыть еще 9. Основной целью своей деятельности «Рассвет» ставит обеспечение потребителя качественными товарами по доступным ценам. «Рассвет» занимается розничной продажей большого количества разнообразных товаров (продукты питания, печатная продукция, бытовая химия, товары для дома и т.д.), ассортимент которых постоянно расширяется. В 1998 году ассортимент предлагаемых товаров насчитывал 2000 наименований, и к настоящему времени достиг уже 12000 наименований. Компания работает с различными поставщиками, число которых достигло 300. Торговая компания «Рассвет» располагает собственным производством полуфабрикатов и кондитерских изделий, ассортимент которых составляет 100 наименований полуфабрикатов и более 30 видов кондитерских изделий. Торговая компания имеет единый распределительный центр, который является центральным складом и обеспечивает снабжение товарами сеть магазинов.

5. Образовательные технологии

Отличительной особенностью курса по сравнению с другими подобными курсами является сравнительно большой объем регулярно обновляемого материала в соответствии с требованием в быстро меняющейся области профессиональной деятельности ИТ - технологии при небольшой аудиторной учебной нагрузке.

В процессе изучения курса у студентов развиваются такие методы мышления, как выдвижение гипотез и формулирование проблем, анализ, синтез, индукция, дедукция, абстрагирование, конкретизация, обобщение, ограничение, аналогия, противоположность.

В ходе освоения дисциплины, при проведении аудиторных занятий используются такие образовательные технологии как: лекции с использованием наглядных пособий, практические и семинарские занятия с использованием активных и интерактивных форм их проведения, разбираются кейсовые задания, проводятся контрольные работы. При организации самостоятельной работы на занятиях используются такие образовательные технологии как: разбор конкретных ситуаций, работа с дополнительной литературой, подготовка устных докладов.

В аудитории проводятся лекции и практические (семинарские) занятия.

Организация лекционных занятий

Первое лекционное занятие отличается от остальных занятий вводной частью. Вводная часть занятия происходит следующим образом:

- знакомство с учебной группой (группами);
- рекомендуется список литературы для самостоятельного изучения по предмету и дается ссылка на программу дисциплины в сети Internet;
- дается краткая характеристика дисциплины «Архивная документация»;
- описание образовательного процесса по дисциплине в течение семестра.

После этого начинается переход к теме первой лекции. Студенты записывают тему лекции и вопросы, которые будут рассматриваться в ней. Далее излагаются последовательно все вопросы по данной теме. По мере необходимости на доске рисуются диаграммы, графики, таблицы, которые заносит в конспект студенты. Лекции проходят в

активной форме: в ходе лекции задаются вопросы аудитории. Приветствуются вопросы от студента к преподавателю.

Примечание. Во время проведения лекционных занятий возможно применение аудио - визуальных средств технических средств.

Организация практических занятий (семинаров)

Практические занятия (семинары) состоят из устных докладов студентов, организации дискуссий и решения задач в режиме соревнований.

Устные доклады организуются следующим образом:

- прослушивается выступление студента по избранной теме;
- студент, выступивший с докладом, отвечает на вопросы от группы или преподавателя, которые возникают после выступления;
- преподаватель дает общую оценку выступлению, в котором указывает на его достоинства и недостатки и ставит оценку студенту за выступление.

Выступления оцениваются по следующим критериям:

- по степени соответствия содержания теме доклада;
- по полноте охвата и глубине знания предмета;
- четкости и аргументированности ответа;
- по уровню изложения материала студентами.

Организация решения задач в режиме соревнования.

Группе предлагается задача, которую надо решить правильно и быстро, насколько это возможно. Если наблюдается затруднение в решении, то выдаются подсказки, которые способствуют решению задачи. В решениях задач оценивается ясность, четкость, логичность, а также быстрота решения. За правильное и оперативное решение студенты получают оценки. Если же и после подсказки у группы сохраняется проблема с решением задачи, то преподаватель на доске показывает группе полное решение с подробным объяснением метода решения задачи. Далее, если есть время, предлагается для решения следующая задача.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающихся и изучению дисциплины.

К самостоятельной работе студентов относятся: повторение учебного материала с целью закрепления, ознакомление с литературой по данному разделу, подготовка к семинарам и к контрольной работе, работа над рефератом. Во время самостоятельной работы студенты должны усвоить пройденный материал, ознакомиться с дополнительной литературой с целью более глубокого понимания изучаемых вопросов и расширения кругозора.

Подготовка к семинарам и к контрольной работе имеют много общего. В обоих случаях необходимо ознакомиться с дополнительной литературой и тем объемом пройденного лекционного материала, который необходим для подготовки. Отличие заключается в объемах материала. Подготовка к контрольной работе выполняется в объеме всех тем, пройденных до контрольной работы, а к семинару - в объеме одной, двух тем.

Самостоятельная работа над рефератом начинается с выбора исходного материала, в качестве которого могут быть печатные издания, источники из сайтов Internet. После анализа материала составляется краткое оглавление по теме. Затем следует последовательно скомпоновать содержание реферата в соответствии с оглавлением. Помимо текстовой части реферат может включать табличный материал, рисунки, если это улучшает качество изложения. В конце изложения приводится список использованной литературы и ссылки на материалы из сети Internet, если это имеет место. Реферат оформляют печатным или рукописным способом, с оглавлением и титульным листом. Сдача оформленного реферата на проверку возможна в трех вариантах: в печатном виде, в рукописном виде и в виде вложения в формате «DOC» по e-mail.

К самостоятельной работе относится также подготовка к сдаче устного зачета по билетам путем повторения и усвоения учебного материала, чтения литературы по разделу

[illegible]

Изучение раздела: Информационные продукты и услуги для предпринимателей												
Подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине												
Оформление реферата и сдача на про-									2			2
Подготовка к зачету												11
Итого в неделю часов	2	2	6	2	5	2	2	2	2			36
Контроль самостоятельной работы по дисциплине						1					2	3

• **Требования к представлению и оформлению результатов СРС**

Контрольная работа выполняется по билету, выбранному обучающимся. Ответы на вопросы билета следует записывать последовательно в порядке возрастания нумерации. Особых требований к оформлению ответов не предъявляется. Ответ пишется на отдельных листах бумаги формата А4, А5 и кроме содержательной части должен иметь реквизит исполнителя (группа, Ф.И.О.). Время выполнения КР не более сорока 40 минут. Примерные вопросы для контрольной работы даны в 7.3.

К устным докладам студентов предъявляются следующие требования:

- объём доклада 2 - 3 страниц;
- время для доклада от 10 до 15 минут.

Реферат выполняется по выбранной студентом теме из «Перечня тем для рефератов» (пункт 7.3).

К реферату предъявляются следующие требования:

- содержание реферата должно соответствовать теме;
- объём реферата должен быть в пределах от 3 до 8 листов при междустрочном интервале 1,25 (при превышении объёма оценка за реферат может быть снижена на 1 балл), причем в указанный объём не входят титульный лист, оглавление, список использованной литературы.

• Титульный лист для рефератов выполняется стандартным способом, т.е. должен содержать наименование учебного заведения, факультета, темы реферата, Ф.И.О. исполнителя, Ф.И.О. преподавателя, год.

- реферат должен иметь печатное или рукописное оформление;
- реферат в печатном оформлении должен иметь шрифт TimesNewRoman 12;
- реферат должен быть сдан для проверки не позднее 11-ой недели от начала семестра. Перечень тем для рефератов дан в Приложении Б

• **Оценка выполнения СРС**

Система оценивания самостоятельной работы студентов основывается на следующих критериях:

- точность ответа на поставленный вопрос;
- логичность и последовательность изложения;
- полнота и глубина рассматриваемого вопроса, проблемы;
- способность к работе с литературными источниками, Интернет-ресурсами;
- способность самостоятельно анализировать и обобщать информационный материал;
- умение формулировать цели и задачи работы;
- структурная упорядоченность оформления материала;

- соблюдение меры при оформлении материалов (объем, шрифты, интервалы, таблицы, рисунки, ссылки) на компьютере.

Индивидуальная учебная деятельность обучающихся оценивается по общепринятой в РФ пятибалльной системе:

- "5" - отлично;
- "4" - хорошо;
- "3" - удовлетворительно;
- "2" - неудовлетворительно;
- зачет и незачет.

Минимальным проходным баллом в системе высшего образования является оценка удовлетворительно и зачет.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ПК-8	способностью к самоорганизации и самообразованию	Знает: социально-значимые проблемы и процессы Умеет: анализировать социально-значимые проблемы и процессы Владеет: способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы	Устный опрос (фронтальный, индивидуальный), письменная контрольная работа. Закрытый тест, реферат
ПК-11	способностью к использованию основных методов, способов и средств получения, хранения, переработки информации, навыков работы с компьютером как средством управления информацией	Знает: основы самоорганизации и самообразования Умеет: осуществлять самоорганизацию и самообразование Владеет: способностью к самоорганизации и самообразованию	Устный опрос (фронтальный, индивидуальный), письменная контрольная работа. Закрытый тест, реферат

7.2. Типовые контрольные задания

Тематика курсовых/контрольных работ/рефератов

1. Информационные ресурсы как объект информационной деятельности.
2. Информационные ресурсы общества.
3. Состояние информационного рынка развитых зарубежных стран.
4. Проблемы классификации информационных продуктов и услуг как товара.
5. Макросреда и ее влияние на деятельность информационной фирмы.
6. Потребительские рынки и покупатели информационных продуктов и услуг.

7. Особенности сегментации рынка информационных продуктов и услуг.
8. Жизненный цикл информационных продуктов и услуг как товара.
9. Основные методы распространения информационных продуктов и услуг.
10. Особенности проведения рекламной кампании информационной фирмы.
11. Виды и формы информационного сервиса.
12. Проблемы конкурентоспособности информационного товара.
13. Библиотека и ее конкуренты в новой системе информационных коммуникаций.
14. Состояние рынка деловой информации в России.
15. Создание и распространение исходной и производной информации.
16. Технологии коммерческого распространения информации.
17. Техническая база информационной индустрии.
18. Правовые основы информационного бизнеса.
19. Информационная деятельность библиотек в новых условиях.
20. Библиотечное предпринимательство на рынке рекламных услуг.
21. Книжный рынок в структуре информационного бизнеса.
22. Информационный бизнес в Интернет.

Вопросы для самостоятельной работы

1. Основные понятия библиотечного обслуживания: библиотечные ресурсы, библиотечный запрос, библиотечная услуга.
2. Система обслуживания читателей в ГПНТБ СО РАН.
3. Характеристика ГСНТИ России.
4. Основные формы информационно-библиографического обслуживания.
5. Организация системы информационно-библиографического обслуживания в ГПНТБ СО РАН.
6. Основные виды обзоров. Их основные характеристики.
7. Обзорные издания в нашей стране и за рубежом.
8. Методика поиска одного из видов деловой информации.
9. Понятие фирменная информация и ее типологическая характеристика.
10. Электронные издания деловой тематики, источники информации и производители.
11. Интернет как инструмент информационного обеспечения бизнеса.
12. Виды патентной информации и их особенности.
13. Методика проведения одного из видов патентного поиска.
14. Особенности СПА к патентному фонду.
15. Категории и виды отечественной и международной нормативной документации по стандартизации, их краткая характеристика.
16. Источники информации и характеристика СПА к фонду НТД.
17. Характеристика системы классификации технико-экономической информации и основных общероссийских классификаторов.
18. Практическое применение СПА к фонду НТД (каталоги, картотеки, указатели) при поиске нормативного документа на заданную тему

Контрольные вопросы

1. Характеристика информационного общества.
2. Понятие и основные категории информационного рынка.
3. Информационные ресурсы современного общества.
4. Формирование информационного пространства.
5. Информационная деятельность.
6. Понятие информатизации.
7. Процесс информатизации общества.
8. Сущность информационных потребностей.

9. Информационное обеспечение.
10. Информационные технологии.
11. Информационное сопровождение различных видов деятельности.
12. Понятие и основные черты информационного массива.
13. Сущность информационного поиска.
14. Понятие и критерии информации.
15. Классификация экономической информации.
16. Потребительский спрос и информационная культура на информационном рынке.
17. Проблема качества на рынке информационных продуктов и услуг.
18. Формирование рынка информационно-библиотечных услуг.
19. Понятие индустрии коммерческого распространения информации.
20. Технологии коммерческого распространения информации.
21. Технология удаленных банков данных.
22. Информационные продукты и услуги на технических носителях.
23. Библиотека и ее конкуренты в новой системе информационных коммуникаций.
24. Состояние рынка деловой информации в России.
25. Распространение исходной и производной информации
26. формирование информационных ресурсов, подготовка информационных продуктов, предоставление информационных услуг.
27. Сущность Федерального закона «Об информации, информатизации и защите информации».
28. Основные категории Информационного права.
29. Информация как предмет коммерческого распространения.
30. Организация информационного маркетинга.
31. Анализ информационного рынка.
32. Формирование цен на ИПУ
33. Установление взаимоотношений между производителями ИПУ и их пользователями.
34. Отечественная индустрия ИПУ.
35. Способы продвижения информационного продукта на рынке.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература:

1. БОСС. **Бизнес**: Организация, Стратегия, Системы / изд. ООО «Информационная компания «ПРОФИ-ПРЕСС» ; гл. ред. А. Полянский ; учред. Издательская группа «ПРОФИ-ПРЕСС» - Москва : Профи-Пресс, 2016. - № 3(216). - 84 с.: ил. - ISSN 0202-0335 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book>
2. Жолобов, Денис Алексеевич. Информационный бизнес : Учеб. модуль / Жолобов, Денис Алексеевич ; Астрах. гос. техн. ун-т. - Астрахань : ООО "ЦНТЭП", 2002. - 30 с. - (Проект N JEP-21042-2000 / Регион. сеть ун-тов "Евро-Каспий" (для экон. образования)). - 0-0
[http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436314"&HYPERLINK](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436314)
3. Жабко Е.Д. Информационный бизнес. – М., 2000. – 120с.
4. Информационная система управления и принятие решений в бизнесе: социальный и методологические аспекты. – М., 1994.
5. Маркетинг: Учебник /Под ред. А.Н. Романова. – М.: Бизнес и биржи, 1996. – 560 с.

б) дополнительная литература:

6. Алексеева Ж. Как к юристу горожане за консультацией приходят //Библиотека. – 2001. - №2. – С.11-14.
7. Андреева И.А. Состояние рынка деловой информации в России //НТБ. 1997. №2. С.17-22.
8. Бойкова О. Система норм, правил и стандартов //Библиотека. – 2000. - №8. – С.1-12.

9. Бойкова О. Стандартизация и сертификация информационной деятельности //Библиотека. – 2000. - №10. – С.20-21.
10. Бойкова О. Лицензирование, маркирование и аккредитация //Библиотека. – 2000. - №10. – С.21-23.
11. Жабко Е.Д. Формирование ресурсной базы онлайн-справочно-библиографического обслуживания //НТБ. 2000. №8. С.20-29. (ресурсы Интернет)
12. Калинин В.Н. Сотрудничество подписного агентства с издателями и библиотеками //НТБ. 2001. №10. С.62-66.
13. Касьянова И., Павлюк С. Дать справку... это легко лишь на первый взгляд //Библиотека. – 2001. - №2. – С.20-21.
14. Лучшие рефераты по маркетингу /Сост. А.Н. Владимиров. Серия «Банк Рефератов». – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – С. 128-147.
15. Манилова Т. Город, поселок, село: доступ к социально-значимой информации (создание центров правовой информации в общедоступных библиотеках) //Библиотека. – 2001. - №6. – С.12-14.
16. Экономическая энциклопедия. М.,1996.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - <http://www.e-library.ru>
2. Образовательный портал ДГУ. Обучающая среда Moodle -<http://edu.dgu.ru>
3. eLIBRARY.RU[Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 – . Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>.
4. IPR BOOKS: электронно-библиотечная система [база данных] / Даг.гос. ун-т. – Махачкала, – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL <http://www.iprbookshop.ru/366.html>
5. Образовательный портал ДГУ Moodle[Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг.гос. ун-т. – Махачкала, г. – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://edu.dgu.ru/my/>
6. Электронный каталог НБ ДГУ[Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. – Махачкала, 2010

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

В течение семестра обучающийся должен выполнить реферат по выбранной теме. Работа над рефератом начинается с выбора исходного материала, в качестве которого могут быть печатные издания, источники из сайтов Internet. После анализа материала составляется краткое оглавление по теме. Затем следует последовательно скомпоновать содержание реферата в соответствии с оглавлением. Помимо текстовой части реферат может включать табличный материал, рисунки, если это улучшает качество изложения. В конце изложения приводится список использованной литературы и ссылки на материалы из сети Internet, если это имеет место. Объем реферата должен быть в пределах от 3 до 8 листов при междустрочном интервале 1,25 (при превышении объема оценка за реферат может быть снижена на 1 балл). Причем в указанный объем не входят титульный лист, оглавление, список использованной литературы.

Качество выполнения оценивается по степени соответствия содержания реферата теме, полноте и глубине охвата, четкости и ясности изложения материала.

Реферат оформляют печатным или рукописным способом, с оглавлением и титульным листом.

Сдача реферата на проверку не позднее 10-ой недели учебного семестра и возможна в трех вариантах: в печатном виде, в рукописном виде и в виде вложения в формате «DOC» по e-mail.

Студенты должны освоить основные понятия курса «Справочно-поисковый аппарат», ориентироваться в проблемах современной науки.

Для достижения поставленных целей студент должен усваивать лекционный материал и сведения научных статей, монографий, учебных пособий, учебников, рекомендованных в списке литературы, в которых излагаются теоретические основы предлагаемого курса.

Для овладения умениями и навыками студенты должны в полном объеме иметь представление об истории и теории происхождения каталогов и видах каталогов и их современном состоянии. Студент должен в ходе освоения дисциплины тщательно проработать лекционный материал, выработать свою концепцию решения имеющихся вопросов; знать основные требования; понимать сущность исторического процесса возникновения и развития библиографии, ее соответствия общественной библиографической потребности в ее конкретно-исторической форме.

Данный курс представляет собой теоретическое изложение материала, на практических занятиях углубляются знания студентов, полученные на лекции, обсуждаются проблемные вопросы, однако определенную часть материала студенты должны освоить самостоятельно.

Лекции рекомендуется конспектировать. Это помогает более прочному усвоению материала лекций. По ходу лекции студенты могут задавать вопросы по теме лекции. Такие вопросы способствуют лучшему пониманию материала.

На практических (семинарских) занятиях, которые проходят в интерактивном режиме, студенты должны проявлять активность при обсуждении темы семинара.

Требования к выполнению контрольной работы:

К контрольным работам предъявляются следующие требования:

- работы должны выполняться на базе пройденных тем письменно;
- работы должны быть выполнены в аудитории в течение 45 мин.;
- при неявке студента на контрольную работу, работа выполняется на следующем занятии.

При оценке качества контрольной работы учитываются степень соответствия теме вопроса, полнота охвата и глубина знания, четкость ответа, уровень изложения материала студентами.

Организация практических занятий (семинаров)

Практические занятия (семинары) состоят из устных докладов студентов, организации дискуссий и решения задач в режиме соревнований.

Устные доклады организуются следующим образом:

- прослушивается выступление студента по избранной теме;
- студент, выступивший с докладом, отвечает на вопросы от группы или преподавателя, которые возникают после выступления;
- преподаватель дает общую оценку выступлению, в котором указывает на его достоинства и недостатки и ставит оценку студенту за выступление.

Выступления оцениваются по следующим критериям:

- по степени соответствия содержания теме доклада;
- по полноте охвата и глубине знания предмета;
- четкости и аргументированности ответа;
- по уровню изложения материала студентами.

Требования к устным докладам

К устным докладам студентов предъявляются следующие требования:

- объем доклада 2 - 3 страниц;
- время для доклада от 10 до 15 минут.

Экзамен студенты сдают по тестам и билетам. Список вопросов к экзамену представлен. Ответ по билету оценивается по степени соответствия содержания ответа вопросу, четкости и ясности изложения материала.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Реализация различных видов учебной работы (включая, использование библиотечных сайтов, электронной почты и т.п.) по данной дисциплине не требует установки специального лицензионного программного обеспечения в аудиториях и компьютерных классах ДГУ. При изучении данного предмета в распоряжении студентов находятся интернет-классы и оборудованные рабочие места для студентов и читателей (АРМ)

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Реализация учебной дисциплины требует наличия типовой учебной аудитории с возможностью подключения технических средств (аудиовизуальных, компьютерных и телекоммуникационных). Оборудование учебной аудитории: экран, мультимедийный проектор