

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДЕНО
Председатель УМС
Библиотечно-
информационного
факультета
Мазурицкий А. М.**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
МАРКЕТИНГ БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки:	51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность
Профиль подготовки:	Технологии библиотечно- информационной деятельности
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная, заочная

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели: дисциплина нацелена на ознакомление студентов с основами маркетинга в сфере деятельности библиотек, на развитие навыков по осуществлению действий по продвижению бюджетных и внебюджетных продуктов и услуг, на овладение актуальными моделями организации пространства библиотеки.

Задачи:

1. Изучить теоретические основы библиотечного маркетинга
2. Освоить современную методологию маркетинга, применяемую в сфере библиотечно-информационной деятельности, особенностей ее применения.
3. Овладеть подходами к продвижению бюджетных и внебюджетных продуктов и услуг в библиотеке.
4. Изучить и научиться строить и применять актуальные маркетинговые модели организации пространства библиотеки.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ 7 СЕМЕСТРА

1. Укажите элемент модели классического маркетинга 4р, который наиболее сложно включить в систему маркетинга библиотеки

- A. продукт
- B. цена
- C. продвижение
- D. место

2. Укажите какой концепции НЕ существует в теории маркетинга

- A. Концепции совершенствования производства
- B. Концепции общего маркетинга
- C. Концепции совершенствования персонала
- D. Концепции социально-этического маркетинга

3. Первый этап эволюции маркетинга приходится на...

- A. 80-90-е годы XIX века
- B. Начало XX века
- C. Начало XX века – середину 30-х годов
- D. На середину XX века

4. Укажите в чём заключалась суть второго этапа развития маркетинга

- A. В совершенствовании производства и товара
- B. В обеспечении удовлетворённости целевых групп эффективнее, чем у конкурентов
- C. В ориентации маркетинговых усилий на долгосрочную перспективу
- D. В ориентации маркетинговых действий сначала на продажу, затем на потребителя

5. Организационными структурами, которые всё чаще используются в системе современного маркетинга, являются

- A. Виртуальные
- B. Адаптивные
- C. Классические пирамидальные
- D. Проектные

6. Методологической проблемой библиотечного маркетинга является

- A. Отсутствие теоретического массива
- B. Ограниченность сферы деятельности
- C. Взаимосвязь с общими маркетинговыми принципами
- D. Библиотечный маркетинг не имеет методологических проблем

7. Укажите, что является главной задачей руководителя современной библиотеки

- A. Формирование маркетингового мышления у сотрудников
- B. Обеспечение спектра услуг
- C. Организация партнёрских отношений с другими библиотеками
- D. Реализация системного подхода управления

8. Уникальность библиотечного обслуживания заключается в...

- A. Системности
- B. Достоверности предоставляемой услуги/информации
- C. Непрерывности
- D. Бесплатности предоставления ресурсов и услуг

9. Укажите, на что подразделяется маркетинговая среда библиотеки

- A. На качественную и количественную
- B. На формальную и неформальную
- C. На внешнюю и внутреннюю
- D. На интенсивную и пассивную

10. Укажите факторы, которые НЕ относятся к внешней среде библиотеки

- A. Собственники
- B. Поставщики
- C. Организационная структура
- D. Конкуренты

11. Модель классического маркетинга (4Р) включает в себя

- A. Продукт, цену, место, продвижение
- B. Продукт, продавца, потребителя, место
- C. Место, продавца, конкурента, цену
- D. Цену, персонал, услугу, место

12. Логика современного управления и деятельности библиотеки на принципах маркетинга разработана

- A. П. Борхардтом
- B. Б. Ашервудом
- C. Д. Аакером
- D. Б. Крониным

13. В характерные особенности организации маркетинговой деятельности библиотеки НЕ входит

- A. Наличие надёжной обратной связи
- B. Учёт местной специфики
- C. Разработка пакета локальной нормативно-правовой документации
- D. Системность в выборе форм и методов

14. Одно из центральных мест в управлении библиотекой должно занимать

- A. Маркетинговое планирование
- B. Определение функциональных приоритетов
- C. Анализ фактической ресурсной базы (возможностей)
- D. Продвижение

15. Библиотечная деятельность в сфере маркетинга относится к ... маркетингу

- A. Социальному
- B. Некоммерческому
- C. Функциональному
- D. Внутреннему

16. В визуальные атрибуты библиотеки не входит?

- A. Мебель
- B. Интерьеры
- C. Персонал библиотеки
- D. Внешний вид персонала

16. «Фирменный стиль» библиотеки это

- A. Культура оказания услуг
- B. Знаковая система, которая отражает специфику библиотеки
- C. Политика управления библиотекой
- D. Система подбора персонала

17. Отметьте атрибут(ы) фирменного стиля библиотеки

- A. Сотрудники библиотеки
- B. Литература, представленная в фонде
- C. Дизайн библиотеки
- D. Наличие партнёров

- 18. Какие цвета подходят интерьеру библиотечного пространства?**
- A. Голубой, оранжевый
 - B. Синий, красный
 - C. Зелёный, чёрный
 - D. Фиолетовый, жёлтый
- 19. Укажите количество критериев, по которому оценивается качество библиотечного здания**
- A. 5
 - B. 8
 - C. 10
 - D. 15
- 20. Основные критерии оценки качества библиотечного здания сформировала**
- A. РБА
 - B. ИФЛА
 - C. ООН по вопросам образования, науки и культуры
 - D. Американская библиотечная ассоциация (ALA)
- 21. Критерий «интерактивность» библиотечного здания подразумевает под собой**
- A. Обеспечение мобильного пространства
 - B. Предоставление пользователям соответствующих условий
 - C. Возможность использовать пространство библиотеки для работы и отдыха
 - D. Формирование связи между пользователями и предоставляемыми сервисами
- 22. Укажите основной принцип гибкой планировки библиотечного пространства**
- A. Обязательное разделение помещения на зоны
 - B. Наличие «подвижного фонда»
 - C. Чётко закреплённое расположение тех или иных залов
 - D. Разделение читального зала и досуговой зоны
- 23. Укажите приёмы визуального разделения, которые не используются в библиотеке?**
- A. Цветовое решение
 - B. Освещение
 - C. Теневое зонирование
 - D. Конструктивные приёмы

24. Выберите стиль интерьера, который преобладает в современных библиотеках

- A. Модерн
- B. Минимализм
- C. Конструктивизм
- D. Барокко

25. Укажите какой из перечисленных вариантов должен отвечать требованиям удобства, долговечности и эстетичности в рамках библиотечного пространства

- A. Техническое оборудование
- B. Сотрудник библиотеки
- C. Фонд
- D. Мебель

26. Укажите что из перечисленного не относится к специальной библиотечной мебели

- A. Книжный стеллаж
- B. Витрина
- C. Рабочий стол
- D. Каталогный шкаф

27. Какую роль для библиотечного пространства играют растения?

- A. Могут выступать средством зонирования
- B. Создают психологически благоприятную среду
- C. Повышают культуру труда
- D. Дополняют интерьер

28. Укажите что из перечисленного дополнительно повышает визуальный образ библиотеки

- A. Сотрудники библиотеки
- B. Читатели библиотеки
- C. Наличие прилегающей территории
- D. Расстановка фонда

29. Укажите, что помимо читальных залов библиотеки относится к понятию библиотечное пространство

- A. Район, в котором располагается здание библиотеки
- B. Веб-сайт библиотеки
- C. Близлежащие организации
- D. В понятие «библиотечное пространство» входит лишь здание библиотеки

30. Фирменный стиль- это...

- А. Словесно-изобразительный символ библиотеки, представляющий полное, сокращенное или в виде аббревиатуры название;
- Б. Знаковая система корпоративной идентификации, отражающая внутреннюю специфику конкретной организации;
- В. Дизайн, разработанный для определённого товара в стиле, отличающимся и выделяющим его на рынке сбыта, посредством упаковки, графических знаков, логотипов и мультимедиа технологий;
- Г. Вид изобразительного искусства, близкий живописи со стороны содержания и формы, но имеющий свои собственные конкретные задачи и художественные возможности.

31. Какой из нижеперечисленных примеров не относится к фирменному стилю библиотеки:

- А. Фирменный лозунг;
- Б. Цветовая гамма;
- В. Организационная структура библиотеки;
- Г. Фирменный знак.

32. Какой шрифт не используется в библиотеках:

- А. Shirma;
- Б. Academic;
- В. Irma;
- Г. Helvetica.

33. Какой из слоганов не подходит библиотеке:

- А. «Библиотека- это информация, успех, досуг и общение»;
- Б. «Это- Ваша Библиотека»;
- В. «Современная молодёжь в современной библиотеке»;
- Г. «Почувствуй ощущение домашнего очага».

34. Какие цвета стоит использовать в образе библиотеки:

- А. Яркий красный цвет;
- Б. Желто-зелёный цвет;
- В. Большой набор цветов;
- Г. Темно-коричневый.

35. Сколько обязательных элементов фирменного стиля должно быть на читательском билете:

- А. 2;
- Б. 1;
- В. 4;
- Г. 3.

36. Что из нижеперечисленного может относиться к фирменной одежде сотрудников:

- А. Футболка;
- Б. Джинсы;
- В. Кольцо;
- Г. Очки.

37. В какой библиотеке есть своя фирменная одежда для сотрудников:

- А. Библиотека-читальня им.А.С.Пушкина;
- Б. Библиотека им.Ф.М.Достоевского;
- В. Библиотека им.А.А.Ахматовой;
- Г. Библиотека им.М.Ю.Лермонтова.

38. Бренд- это ...

- А. Организация библиотечного пространства в целом, посредством цвета, освещения, мебели, озеленения и др. средств;
- Б. Визуальный образ компании, стиль ее коммуникации, название, то есть все составляющие имиджа;
- В. Это художественно оформленное графическое изображение в виде, букв, цифр, геометрических композиций;
- Г. Комплекс предоставлений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте или услуге в сознании потребителя.

39. Выберите пункт, где не все критерии подходят к планировке здания библиотеки:

- А. Эффективность, экологичность, благоприятность;
- Б. Надежность, интегрируемость, готовность к информационным технологиям;
- В. Интерактивность, доступность, вариативность;
- Г. Адаптируемость, функциональность, безопасность.

40. К зонированию помещений библиотеки не относится использование:

- А. Конструктивных приемов;
- Б. Зонального освещения;
- В. Цветовых решений;
- Г. Систем безопасности.

41. Классический интерьер библиотеки представлен:

- А. Новыми декоративными элементами, гибкой текучей формой;
- Б. Лаконичностью форм, самым современным материалом в мебели;
- В. Дорогими материалами и сдержанным декором;
- Г. Деревенским дизайном и мебелью из натуральных материалов.

42. При организации маркетинговой деятельности библиотеки как правило не предполагается решить задачу:

- А. увеличения прибыли;
- Б. установления обратной связи;
- В. Учета местной специфики;

Г. привлечения пользователей.

43. Совокупность условий и факторов, объективно действующих на деятельность библиотеки и требующих принятия управленческих решений называется маркетинговой ... библиотеки:

- А. структурой
- Б. средой
- В. особенностью
- Г. системой

44. К факторам микросреды библиотеки не относятся:

- А. поставщики ресурсов
- Б. учредители
- В. технологическое окружение
- Г. потребители

45. К факторам макросреды библиотеки как правило не относят ... окружение:

- А. экономическое
- Б. политическое
- В. технологическое
- Г. климатическое

46. К задачам маркетинговой службы библиотеки не относится:

- А. обеспечение дисциплины;
- Б. изучение предложения услуг;
- В. работа среди пользователей;
- Г. анализ потребности.

47. Процесс поиска, сбора, обработки данных и подготовки информации для принятия решений носит название маркетингового ...

- А. плана;
- Б. исследования
- В. анализа;
- Г. опроса.

48. К принципам маркетингового исследования не относится

- А. научность
- Б. системность
- В. оптимизация
- Г. достоверность

49. Начальный этап маркетингового исследования не предполагает

- А. обоснование методологии
- Б. описание проблемы
- В. определение сроков проведения
- Г. выработку рекомендаций

50. Свойство воспроизводить характеристики генеральной совокупности носит следующее название:

- А. репрезентативность
- Б. объективность
- В. массовость
- Г. системность

Вопросы для подготовки к экзамену 1 (7 семестр):

1. Теория классического маркетинга.
2. Основные определения маркетинга .
3. Сущность маркетингового подхода.
4. Этапы эволюции классического маркетинга.
5. Концепция социально-этического маркетинга.
6. Основные понятия маркетинга .
7. Понятие некоммерческой организации.
8. Центральные принципы некоммерческого маркетинга.
9. Понятие спроса и предложения.
10. Основной закон рынка.
11. Понятие социального эффекта.
12. Пользователь библиотеки и его поведение.
13. Задачи маркетинга БИД.
14. Изучение поведения пользователей.
15. Услуга как объект маркетинга.
16. Основные общие черты библиотечных услуг.
17. Библиотека на рынке услуг.
18. Основные роли современной библиотеки.
19. Понятие и сущность маркетинговых исследований.
20. Основные задачи маркетинговых исследований.
21. Понятие и сущность маркетинговых исследований в библиотеке.
22. Разработка плана маркетингового исследования.
23. Этапы проведения профильного маркетингового исследования.
24. Обработка результатов маркетингового исследования.
25. Понятие сервисной составляющей работы библиотеки.
26. Маркетинговые требования к библиотечному сервису.
27. Обоснование ассортиментной политики библиотеки в области дополнительных услуг.

28. Обоснование ценовой политики библиотеки в области дополнительных услуг.
29. Обоснование конкурентной политики библиотеки в области дополнительных услуг.
30. Понятие маркетинговых коммуникаций.

Вопросы для подготовки к экзамену 2 (8 семестр)

1. Теория классического маркетинга.
2. Основные определения маркетинга .
3. Сущность маркетингового подхода.
4. Этапы эволюции классического маркетинга.
5. Концепция социально-этического маркетинга.
6. Основные понятия маркетинга .
7. Понятие некоммерческой организации.
8. Центральные принципы некоммерческого маркетинга.
9. Понятие спроса и предложения.
10. Основной закон рынка.
11. Понятие социального эффекта.
12. Пользователь библиотеки и его поведение.
13. Задачи маркетинга БИД.
14. Изучение поведения пользователей.
15. Услуга как объект маркетинга.
16. Основные общие черты библиотечных услуг.
17. Библиотека на рынке услуг.
18. Основные роли современной библиотеки.
19. Понятие и сущность маркетинговых исследований.
20. Основные задачи маркетинговых исследований.
21. Понятие и сущность маркетинговых исследований в библиотеке.
22. Разработка плана маркетингового исследования.
23. Этапы проведения профильного маркетингового исследования.
24. Обработка результатов маркетингового исследования.
25. Понятие сервисной составляющей работы библиотеки.
26. Маркетинговые требования к библиотечному сервису.
27. Обоснование ассортиментной политики библиотеки в области дополнительных услуг.
28. Обоснование ценовой политики библиотеки в области дополнительных услуг.
29. Обоснование конкурентной политики библиотеки в области дополнительных услуг.
30. Понятие маркетинговых коммуникаций.
31. Сущность и функции рекламы.
32. Особенности рекламы в некоммерческой деятельности.
33. Закон «О рекламе».
34. Основные цели рекламы библиотек.

35. Понятие библиотечного дизайна и его составляющие.
36. Планировка здания библиотеки.
37. Критерии качества здания библиотеки.
38. Концепция гибкой планировки зданий библиотеки.
39. Модернизация социальных функций библиотеки.
40. Продвижение библиотеки.
41. Продвижение отдельных библиотечных услуг.
42. Особенности продвижения маркетинговых услуг.
43. Комплексное использование маркетингового инструментария.
44. Изучение поведения пользователей библиотеки: основные задачи и перспективы.
45. Этапы формирования имиджа библиотеки.
46. Традиционные рекламные инструменты и их использование.
47. Понятие фирменного стиля библиотеки.
48. Зонирование библиотечного пространства.
49. Оформление интерьера библиотеки.
50. Влияние библиотечного дизайна на пользовательское восприятие и популярность библиотеки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

Основная:

1. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности: учебник / науч. ред. *В.К. Ключев*. – СПб: Профессия, 2017. – 240 с.
2. Михнова, И.Б. Эффективная библиотека: как обустроить библиотеку и сделать её нужной людям: практическое руководство / *И.Б. Михнова, А.А. Пурник*; Рос. гос. б-ка для молодёжи. – М., 2018. – 432 с.
3. *Сулова И.М.* Информационно-библиотечный менеджмент: психологические аспекты: учебное пособие / *И.М. Сулова*. - СПб. : Профессия, 2012. - 239 с.

Дополнительная:

1. *Балашова Е.В.* Библиотечный дизайн / *Е.В. Балашова, М.Н. Тищенко, А.Н. Ванеев*: учебное пособие. М.: Гардарики, 2004. – 288 с.

2. Володин Б.Ф. Всемирная история библиотек / Б.Ф. Володин – 2-е изд., доп. – СПб.: Профессия, 2004. – 432 с.
3. Дворкина М.Я. Организация библиотечной среды для читателей / Сост. М.Я. Дворкина. – М.: 1990. – 12 с. – (экспресс-информация. Вып. 8).
4. Ключев В.К. Библиотека на рынке услуг: новые тренды и современные подходы / В.К. Ключев // Библиотековедение. - 2017. - Т. 66, № 3. - С. 343—349.
5. Ключев В.К. Маркетинговая парадигма современных публичных библиотек / В.К. Ключев // Библиотечное дело. – 2015. - № 3. – С. 14-19.
6. Макеева О.В. Адаптация публичных библиотек в условиях меняющихся социокультурных практик населения: научно-практическое пособие / О.В. Макеева. – М.: Литера, 2013. – 240 с.
7. Маркетинг вашей библиотеки: клиенториентированный подход: [актуальный дискурс] // Библиотековедение. – 2013. - № 2. – С. 78-87.
8. Михнова И.Б. Пространство возможностей. Заметки на полях библиотечного дела: сборник статей / И. Б. Михнова; Рос. гос. б-ка для молодёжи. – М., 2017. – 132 с.
9. Протопопова Е. Прогрессивные маркетинговые решения в библиотеке / Е. Протопопова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2016. - № 3. – С. 89-100.
10. Рыбакова Н.Б. Библиотечный маркетинг: модное увлечение или стратегия совершенствования информационной среды / Н.Б. Рыбакова // Научные и технические библиотеки. – 2015. - № 1. – С. 59-62.
11. Сабина Т.Б. Организационная культура библиотеки / Т.Б. Сабина. – СПб: Профессия, 2014. – 304 с.
12. Современная библиотека в информационно-коммуникационной среде: монография / В.В. Брежнева и др.; под ред. А.В. Соколова; Санкт-Петербургский гос. ин-т культуры. - Санкт-Петербург, 2016. – 384 с.
13. Сулова И.М. Формирование организационных структур управления библиотекой [Электронный ресурс] : лекция для студентов спец.

"Менеджмент библиотечной деятельности" / И. М. Сулова. - М. : [б. и.], 2010. - 34 с.

14. Трансформация библиотек и библиотечных систем в современных условиях: сборник материалов / Рос. нац. б-ка; Рос гос. б-ка. – Санкт-Петербург: Изд-во Российской национальной библиотеки, 2018. – 120 с.

перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Официальный интернет-портал правовой информации - <http://pravo.gov.ru>
2. Правовой портал в сфере культуры РФ - <http://pravo.roskultura.ru>
3. Менеджмент в социально-культурной сфере. Учет деятельности учреждения культуры / [Электронный ресурс] - Режим доступа: / <http://www.bestreferat.ru/referat-3839.html>
4. Портал информационной поддержки руководителей учреждений культуры - <http://www.cultmanager.ru>
5. Информационно-справочный портал - www.library.ru
6. Национальная электронная библиотека (НЭБ) - <http://нэб.рф>
7. Научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
8. Электронно-библиотечная система образовательных и просветительских изданий - <http://www.iqlib.ru>
9. Университетская библиотека online - <http://biblioclub.ru>
10. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» - <http://cyberleninka.ru>
11. Электронные каталоги и ресурсы web-сайтов отечественных и зарубежных библиотек.

Помимо рекомендованных основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов, в процессе самостоятельной работы студенты могут пользоваться актуальными публикациями в отечественных и зарубежных профильных периодических изданиях (среди которых журналы «Библиотека»,

«Менеджмент в России и за рубежом», «Маркетинг в России и за рубежом», «Проблемы теории и практики управления», «Менеджмент сегодня», «Стратегический менеджмент», «Маркетинг. Менеджмент», «Справочник руководителя учреждения культуры»), а также раздаточными материалами, предлагаемыми педагогом.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Планы семинарских/ практических занятий

Раздел 1. Основы библиотечного маркетинга

Семинар 1.

Понятие маркетинга

1. Теория классического маркетинга.
2. Определения маркетинга и его
3. Сущность маркетингового подхода.
4. Этапы эволюции классического маркетинга.
5. Концепция социально-этического маркетинга.
6. Основные понятия маркетинга (диктант).

Список литературы:

1. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности: учебник / науч. ред. В.К. Ключев. – СПб: Профессия, 2017. – 240 с.
2. Михнова, И.Б. Эффективная библиотека: как обустроить библиотеку и сделать её нужной людям: практическое руководство /И.Б. Михнова, А.А. Пурник; Рос. гос. б-ка для молодёжи. – М., 2018. – 432 с.
3. Сулова И.М. Информационно-библиотечный менеджмент: психологические аспекты: учебное пособие / И.М. Сулова. - СПб. : Профессия, 2012. - 239 с.

Семинар 2. Особенности библиотечного маркетинга.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие некоммерческой организации.
2. Центральные принципы некоммерческого маркетинга.
3. Понятие спроса и предложения.
4. Основной закон рынка.
5. Понятие социального эффекта.
6. Пользователь библиотеки и его поведение.
7. Задачи маркетинга БИД.
8. Изучение поведения пользователей.

Список литературы:

1.Маркетинг библиотечно-информационной деятельности: учебник / науч. ред. *В.К. Ключев*. – СПб: Профессия, 2017. – 240 с.

2.Михнова, И.Б. Эффективная библиотека: как обустроить библиотеку и сделать её нужной людям: практическое руководство /*И.Б. Михнова, А.А. Пурник*; Рос. гос. б-ка для молодёжи. – М., 2018. – 432 с.

3.*Суслова И.М.* Информационно-библиотечный менеджмент: психологические аспекты: учебное пособие / *И.М. Суслова*. - СПб. : Профессия, 2012. - 239 с.

Семинар 3. Маркетинг библиотечных услуг: задачи и способы решения

Вопросы для обсуждения:

1. Услуга как объект маркетинга.
2. Основные общие черты библиотечных услуг.
3. Библиотека на рынке услуг.
4. Основные роли современной библиотеки.

Список литературы:

1.Маркетинг библиотечно-информационной деятельности: учебник / науч. ред. *В.К. Ключев*. – СПб: Профессия, 2017. – 240 с.

2.Михнова, И.Б. Эффективная библиотека: как обустроить библиотеку и сделать её нужной людям: практическое руководство /*И.Б. Михнова, А.А. Пурник*; Рос. гос. б-ка для молодёжи. – М., 2018. – 432 с.

3.*Сулова И.М.* Информационно-библиотечный менеджмент: психологические аспекты: учебное пособие / *И.М. Сулова*. - СПб. : Профессия, 2012. - 239 с.

Семинар 4.

Маркетинговые исследования в практике работы библиотеки

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и сущность маркетинговых исследований.
2. Основные задачи маркетинговых исследований.
3. Понятие и сущность маркетинговых исследований в библиотеке.
4. Разработка плана маркетингового исследования.
5. Этапы проведения профильного маркетингового исследования.
6. Обработка результатов маркетингового исследования.

Список литературы:

1.Маркетинг библиотечно-информационной деятельности: учебник / науч. ред. *В.К. Ключев*. – СПб: Профессия, 2017. – 240 с.

2.Михнова, И.Б. Эффективная библиотека: как обустроить библиотеку и сделать её нужной людям: практическое руководство /*И.Б. Михнова, А.А. Пурник*; Рос. гос. б-ка для молодёжи. – М., 2018. – 432 с.

3.*Сулова И.М.* Информационно-библиотечный менеджмент: психологические аспекты: учебное пособие / *И.М. Сулова*. - СПб. : Профессия, 2012. - 239 с.

Семинар 5.

Формирование номенклатуры дополнительных услуг библиотеки.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие сервисной составляющей работы библиотеки.
2. Маркетинговые требования к библиотечному сервису.
3. Обоснование ассортиментной политики библиотеки в области дополнительных услуг.
4. Обоснование ценовой политики библиотеки в области дополнительных услуг.
5. Обоснование конкурентной политики библиотеки в области дополнительных услуг.

Список литературы:

1. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности: учебник / науч. ред. *В.К. Ключев*. – СПб: Профессия, 2017. – 240 с.
2. Михнова, И.Б. Эффективная библиотека: как обустроить библиотеку и сделать её нужной людям: практическое руководство / *И.Б. Михнова, А.А. Пурник*; Рос. гос. б-ка для молодёжи. – М., 2018. – 432 с.
3. *Сулова И.М.* Информационно-библиотечный менеджмент: психологические аспекты: учебное пособие / *И.М. Сулова*. - СПб. : Профессия, 2012. - 239 с.

Раздел 2. Рекламная деятельность в БИД и маркетинговые модели организации библиотечного пространства.

Семинар 1.

Рекламные коммуникации библиотеки

Вопросы для обсуждения:

51. Сущность и функции рекламы.
52. Особенности рекламы в некоммерческой деятельности.
53. Закон «О рекламе».
54. Основные цели рекламы библиотек.

Семинар 2

Организация библиотечного пространства

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие библиотечного дизайна и его составляющие.
2. Планировка здания библиотеки.
3. Критерии качества здания библиотеки.
4. Концепция гибкой планировки зданий библиотеки.

1. Балашова Е.В. Библиотечный дизайн / Е.В. Балашова, М.Н. Тищенко, А.Н. Ванеев: учебное пособие. М.: Гардарики, 2004. – 288 с.

2. Володин Б.Ф. Всемирная история библиотек / Б.Ф. Володин – 2-е изд., доп. – СПб.: Профессия, 2004. – 432 с.

3. Дворкина М.Я. Организация библиотечной среды для читателей / Сост. М.Я. Дворкина. – М.: 1990. – 12 с. – (экспресс-информация. Вып. 8).

Семинар 3.

Основные направления библиотечного дизайна.

Тестирование

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Рекомендации по работе с литературой

- 1) Использовать рекомендованные источники, а также все возможные и доступные источники, содержащие материал.
- 2) Конспектирование первоисточников предполагает краткое, лаконичное письменное изложение основного содержания, смысла (доминанты) какого-либо текста. Вместе с тем этот процесс требует активной мыслительной работы. Конспектируемый материал содержит информацию трех видов: главную, второстепенную и вспомогательную. Главной является информация, имеющая основное значение для раскрытия сущности того или иного вопроса, темы. Второстепенная информация служит для пояснения, уточнения главной мысли, например, описание деталей быта, одежды, характеризующих культуру народа. К этому типу информации относятся разного рода комментарии (объяснительные замечания, толкования). Назначение вспомогательной информации – помочь читателю лучше понять данный материал. Это всякого рода напоминания о ранее излагавшемся материале, заголовки, вопросы.
- 3) Работая над текстом автора, следует избегать механического переписывания текста. Важно выделять главные положения, фиксирование которых сопровождается, в случае необходимости, цитатами. Вспомогательную информацию при конспектировании не записывают. Усвоению нового материала неоценимую помощь оказывают собственные схемы, рисунки, таблицы, графическое выделение важной мысли. На каждой странице конспекта возможно выделение трех-четырех важных моментов по определенной теме. Необходимо в конспекте отражать сущность проблемы, поставленного вопроса, что служит решению поставленной на семинаре задачи.

Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя такие виды и формы как: подготовка к практическому занятию, подготовка к дискуссии, презентации, подготовка доклада, конспектирование изучаемой литературы,

аналитический обзор новой литературы по изучаемой теме, написание эссе и др.

Для более углубленного изучения материала задание для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий для самостоятельной работы, по возможности, следует ориентироваться на наглядное представление материала

Методические рекомендации по подготовке письменных работ (контрольных, рефератов, конспектов)

Реферат — письменная работа, выполняемая обучающимся в течение длительного срока (от одной недели до месяца).

Реферат (от лат. *referre* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу.

Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях).

Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от обучающегося требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. Тему реферата может предложить преподаватель или сам обучающийся, в последнем случае она должна быть согласована с преподавателем.

В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

Структура реферата:

1. Титульный лист.

2. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

3. После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

4. Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

5. Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

6. Приложение может включать графики, таблицы, расчеты.

7. Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература. Список составляется согласно правилам библиографического описания.

Этапы работы над рефератом.

Работу над рефератом можно условно подразделить на три этапа:

1. Подготовительный этап, включающий изучение предмета исследования;

2. Изложение результатов изучения в виде связного текста;

3. Устное сообщение по теме реферата.

1. Подготовительный этап работы.

Формулировка темы. Подготовительная работа над рефератом начинается с формулировки темы. Тема в концентрированном виде выражает содержание будущего текста, фиксируя как предмет исследования, так и его ожидаемый результат. Для того чтобы работа над рефератом была успешной, необходимо, чтобы тема заключала в себе проблему, скрытый вопрос (даже если наука уже давно дала ответ на этот вопрос, студент, только знакомящийся с соответствующей областью знаний, будет вынужден искать ответ заново, что даст толчок к развитию проблемного, исследовательского мышления).

Поиск источников. Грамотно сформулированная тема зафиксировала предмет изучения; задача обучающегося — найти информацию, относящуюся к данному предмету и разрешить поставленную проблему. Выполнение этой задачи начинается с поиска источников. На этом этапе необходимо вспомнить, как работать с энциклопедиями и энциклопедическими словарями (обращать особое внимание на список литературы, приведенный в конце тематической статьи); как работать с систематическими и алфавитными каталогами библиотек; как оформлять список литературы (выписывая выходные данные книги и отмечая библиотечный шифр).

Работа с источниками. Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т. е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения.

Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы.

Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции — это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Создание конспектов для написания реферата.

Подготовительный этап работы завершается созданием конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы).

По завершении предварительного этапа можно переходить непосредственно к созданию текста реферата.

2. Создание текста.

Общие требования к тексту.

Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью.

Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность - смысловую законченность текста.

С точки зрения связности все тексты делятся на тексты-констатации и тексты-рассуждения. Тексты-констатации содержат результаты ознакомления с предметом и фиксируют устойчивые и несомненные суждения. В текстах-рассуждениях одни мысли извлекаются из других, некоторые ставятся под сомнение, дается им оценка, выдвигаются различные предположения.

План реферата.

Универсальный план реферата – введение, основной текст и заключение.

Требования к введению.

Во введении аргументируется актуальность исследования, -

т. е. выявляется практическое и теоретическое значение данного исследования. Далее констатируется, что сделано в данной области предшественниками; перечисляются положения, которые должны быть обоснованы. Введение может также содержать обзор источников или экспериментальных данных, уточнение исходных понятий и терминов, сведения о методах исследования. Во введении обязательно формулируются цель и задачи реферата.

Объем введения - в среднем около 10% от общего объема реферата.

Основная часть реферата.

Основная часть реферата раскрывает содержание темы. Она наиболее значительна по объему, наиболее значима и ответственна. В ней обосновываются основные тезисы реферата, приводятся развернутые аргументы, предполагаются гипотезы, касающиеся существа обсуждаемого вопроса. Важно проследить, чтобы основная часть не имела форму монолога. Аргументируя собственную позицию, можно и должно анализировать и оценивать позиции различных исследователей, с чем-то соглашаться, чему-то возражать, кого-то опровергать. Текст основной части делится на главы,

параграфы, пункты. План основной части может быть составлен с использованием различных методов группировки материала: классификации (эмпирические исследования), типологии (теоретические исследования), периодизации (исторические исследования).

Заключение.

Заключение — последняя часть научного текста. В ней краткой и сжатой форме излагаются полученные результаты, представляющие собой ответ на главный вопрос исследования. Здесь же могут намечаться и дальнейшие перспективы развития темы. Небольшое по объему сообщение также не может обойтись без заключительной части - пусть это будут две-три фразы. Но в них должен подводиться итог проделанной работы.

Список использованной литературы.

Реферат любого уровня сложности обязательно сопровождается списком используемой литературы. Названия книг в списке располагают по алфавиту с указанием выходных данных использованных книг.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата

Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении. При написании и оформлении реферата следует избегать типичных ошибок, например, таких:

- поверхностное изложение основных теоретических вопросов выбранной темы, когда автор не понимает, какие проблемы в тексте являются главными, а какие второстепенными,

- в некоторых случаях проблемы, рассматриваемые в разделах, не раскрывают основных аспектов выбранной для реферата темы,

– дословное переписывание книг, статей, заимствования рефератов из интернет и т. д.

При проверке реферата преподавателем оцениваются:

1. Знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей.

2. Характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов).

3. Степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению).

4. Качество и ценность полученных результатов (степень завершенности реферативного исследования, спорность или однозначность выводов).

5. Использование литературных источников.

6. Культура письменного изложения материала.

7. Культура оформления материалов работы.

Иные материалы

Подготовка к дискуссии

Дискуссия - это обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы. Важной характеристикой дискуссии, отличающей ее от других видов спора, является аргументированность.

Дискуссия предполагает выработку и активное продвижение своей точки зрения по изучаемой проблеме, умение выслушать альтернативную точку

зрения, вступить в полемику, на основе изложения и учета всех точек зрения прийти к объективному результату.

Основные шаги при подготовке к дискуссии.

Выбор темы дискуссии определяется целями обучения и содержанием учебного материала. При этом на обсуждение обучающихся выносятся темы, имеющие проблемный характер, содержащие в себе противоречивые точки зрения, дилеммы, затрагивающие привычные установки обучающихся. Тема разбивается на отдельные вопросы, которые сообщаются обучающимся. Указывается литература, справочные материалы, необходимые для подготовки к дискуссии.

Проведение дискуссии:

- формулирование проблемы и целей дискуссии;

- создание мотивации к обсуждению - определение значимости проблемы, указание на нерешенность и противоречивость вопроса и т.д.;

- установление регламента дискуссии и ее основных этапов;

- совместная выработка правил дискуссии;

- выяснение однозначности понимания темы дискуссии, используемых в ней терминов, понятий.

Приемы введения в дискуссию:

- предъявление проблемной ситуации;

- демонстрация видеосюжета;

- демонстрация материалов (статей, документов);

- ролевое проигрывание проблемной ситуации;

- анализ противоречивых высказываний - столкновение противоположных точек зрения на обсуждаемую проблему;

- постановка проблемных вопросов;

- альтернативный выбор (участникам предлагается выбрать одну из нескольких точек зрения или способов решения проблемы).

Методические рекомендации для студентов по отдельным формам самостоятельной работы

Система вузовского обучения подразумевает большую долю самостоятельности студентов в планировании и организации своей деятельности.

Работа с учебной литературой

При работе с учебной литературой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги.

Правильный подбор учебной литературы рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература указана в методических разработках по данному курсу.

Изучая материал по выбранной литературе, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода).

Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались.

Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые

понятия. Такой лист помогает запомнить основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента.

Различают два вида чтения: первичное и вторичное.

Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах. После него не должно остаться ни одного непонятого слова. Содержание не всегда может быть понятно после первичного чтения.

Задача *вторичного* чтения – полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым).

Правила самостоятельной работы с литературой

Выделяют **четыре основные установки в чтении учебно-научного текста**:

1. информационно-поисковый (задача – найти, выделить искомую информацию)
2. усваивающая (усилия читателя направлены на то, чтобы как можно полнее осознать и запомнить как сами сведения излагаемые автором, так и всю логику его рассуждений)
3. аналитико-критическая (читатель стремится критически осмыслить материал, проанализировав его, определив свое отношение к нему)
4. творческая (создает у читателя готовность в том или ином виде – как отправной пункт для своих рассуждений, как образ для действия по аналогии и т.п. – использовать суждения автора, ход его мыслей, результат наблюдения, разработанную методику, дополнить их, подвергнуть новой проверке).

С наличием различных установок обращения к научному тексту связано существование и нескольких **видов чтения**:

1. библиографическое – просматривание карточек каталога, рекомендательных списков, сводных списков журналов и статей за год и т.п.;
2. просмотровое – используется для поиска материалов, содержащих нужную информацию, обычно к нему прибегают сразу после работы со

списками литературы и каталогами, в результате такого просмотра читатель устанавливает, какие из источников будут использованы в дальнейшей работе;

3. ознакомительное – подразумевает сплошное, достаточно подробное прочтение отобранных статей, глав, отдельных страниц, цель – познакомиться с характером информации, узнать, какие вопросы вынесены автором на рассмотрение, провести сортировку материала;

4. изучающее – предполагает доскональное освоение материала; в ходе такого чтения проявляется доверие читателя к автору, готовность принять изложенную информацию, реализуется установка на предельно полное понимание материала;

5. аналитико-критическое и творческое чтение – два вида чтения близкие между собой тем, что участвуют в решении исследовательских задач. Первый из них предполагает направленный критический анализ, как самой информации, так и способов ее получения и подачи автором; второе – поиск тех суждений, фактов, по которым или в связи с которыми, читатель считает нужным высказать собственные мысли.

Из всех рассмотренных видов чтения основным для студентов является изучающее – именно оно позволяет в работе с учебной литературой накапливать знания в различных областях. Вот почему именно этот вид чтения в рамках учебной деятельности должен быть освоен в первую очередь. Кроме того, при овладении данным видом чтения формируются основные приемы, повышающие эффективность работы с научным текстом.

Основные виды систематизированной записи прочитанного:

1. **Аннотирование** – предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;

2. **Планирование** – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;

3. **Тезирование** – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;

4. **Цитирование** – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;

5. **Конспектирование** – краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.

Конспект – сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Конспект аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи. Умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля.

Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Самопроверка

После изучения определенной темы по записям в конспекте и учебнику, а также решения обсуждения проблемы на семинарских занятиях студенту рекомендуется, используя лист опорных сигналов, воспроизвести по памяти определения, выводы и формулировки основных положений и доказательств.

В случае необходимости нужно еще раз внимательно разобраться в материале.

Иногда недостаточность усвоения того или иного вопроса выясняется только при изучении дальнейшего материала. В этом случае надо вернуться назад и повторить плохо усвоенный материал. Важный критерий усвоения теоретического материала - пройти тестирование по пройденному материалу. Однако следует помнить, что правильное решение теста может получиться в результате применения механически заученных без понимания сущности теоретических положений.

Самопроверка включает:

- умение следить за собой: за своим поведением, речью, действиями и поступками, понимая при этом всю меру ответственности за них;
- умение контролировать степень понимания и степень прочности усвоения знаний и умений, познаваемых в учебном заведении, в коллективе, дома;
- умение критически оценивать результаты своей познавательной деятельности, в широком смысле – своих действий, поступков, труда (самооценка).

Самоконтроль учит ценить свое время, вырабатывает дисциплину труда

(физического и умственного), позволяет вовремя заметить свои ошибки, вселяет веру в успешное использование знаний и умений на практике.

Способы самоконтроля могут быть следующими:

- перечитывание написанного текста и сравнение его с текстом учебной книги;
- повторное перечитывание материала с продумыванием его по частям;
- пересказ прочитанного;
- составление плана, тезисов, формулировок ключевых положений
- текста по памяти;
- рассказывание с опорой на иллюстрации, опорные положения;
- участие во взаимопроверке (анализ и оценка устных ответов, практических работ своих товарищей; дополнительные вопросы к их ответам; сочинения-рецензии и т.п.).

Самоконтроль является необходимым элементом учебного труда, прежде всего потому, что он способствует глубокому и прочному овладению знаниями.

Использование самоконтроля в учебной деятельности позволяет студенту оценивать эффективность и рациональность применяемых приемов и методов умственного труда, находить в нем допускаемые недочеты и на этой основе проводить необходимую его коррекцию.

И конечно, необходимо отметить большое воспитательное значение самоконтроля как оценочно-результативного компонента учебной деятельности. Овладение умениями самоконтроля приучает студентов к планированию учебного труда, способствует углублению их внимания, памяти и выступает как важный фактор развития познавательных способностей.

Текущие консультации

Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала или при решении практических задач у студента возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удастся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. В своих вопросах студент должен четко выразить, в чем он испытывает затруднения, характер этого затруднения. За консультацией следует

обращаться и в случае, если возникнут сомнения в правильности ответов на вопросы самопроверки.

Методические рекомендации по подготовке к экзамену

Каждый учебный семестр заканчивается зачетно-экзаменационной сессией. Подготовка к зачетно-экзаменационной сессии, сдача зачетов и экзаменов является самостоятельной работой студента. Основное в подготовке к сессии – повторение всего учебного материала дисциплины, по которому необходимо сдавать зачет или экзамен.

Только тот студент успевает, кто хорошо усвоил учебный материал. Если студент плохо работал в семестре, пропускал лекции, слушал их невнимательно, не конспектировал, не изучал рекомендованную литературу, то в процессе подготовки к сессии ему придется не повторять уже знакомое, а заново в короткий срок изучать весь учебный материал. Все это зачастую невозможно сделать из-за нехватки времени.

Между экзаменами интервал 3-4 дня. Не следует думать, что 3-4 дня достаточно для успешной подготовки к экзаменам.

В эти 3-4 дня нужно систематизировать уже имеющиеся знания. На консультации перед экзаменом студентов познакомят с основными требованиями, ответят на возникшие у них вопросы. Поэтому посещение консультаций обязательно.

Требования к организации подготовки к экзаменам те же, что и при занятиях в течение семестра, но соблюдаться они должны более строго. Во-первых, очень важно соблюдение режима дня; сон не менее 8 часов в сутки, занятия заканчиваются не позднее, чем за 2-3 часа до сна. В перерывах между занятиями рекомендуются прогулки на свежем воздухе, утомительные занятия спортом. Во-вторых, наличие хороших собственных конспектов лекций. Даже в том случае, если была пропущена какая-либо лекция, необходимо во время ее восстановить (переписать ее на кафедре), обдумать, снять возникшие вопросы для того, чтобы запоминание материала было

осознанным. В-третьих, при подготовке к экзаменам у студента должен быть хороший учебник или конспект литературы, прочитанной по указанию преподавателя в течение семестра. Здесь можно эффективно использовать листы опорных сигналов.

Вначале следует просмотреть весь материал по сдаваемой дисциплине, отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов.

Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время экзаменационной сессии для систематизации знаний.