

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Московский государственный институт культуры»  
Социально-гуманитарный факультет  
Кафедра управления информационно-библиотечной деятельностью**

**«УТВЕРЖДАЮ»**

\_\_\_\_\_  
**Заведующий кафедрой**

«.....» \_\_\_\_\_

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ В БИБЛИОТЕКЕ**

\_\_\_\_\_  
Направление подготовки  
**51.04.06 Библиотечно-информационная деятельность**  
Профиль подготовки  
**Теория и методология управления  
библиотечно-информационной деятельностью**

\_\_\_\_\_  
Квалификация (степень) – «МАГИСТР»  
Формы обучения – очная, заочная

**2016 г.**

1. " " " "

Целью освоения дисциплины «Внутренний маркетинг в библиотеке» являются повышение уровня культуры управленческого труда современных менеджеров библиотечно-информационной сферы.

2. " " " "

Дисциплина «Внутренний маркетинг в библиотеке» относится к блоку профессиональных дисциплин по выбору. Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен владеть устойчивыми навыками работы с компьютерными программами Excel, Word, знать основные требования к составлению электронных презентаций, иметь представления о современных компьютерных управленческих программах. Дисциплина «Внутренний маркетинг» готовит студента к практической деятельности по организации эффективных внутрибиблиотечных коммуникаций, разработке маркетинговых стратегий управления персоналом.

3. " " " "

В результате освоения дисциплины формируется следующая компетенция:

**ОК-3** готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;

**ОПК-2** способность к развитию организационной культуры и системы корпоративных коммуникаций;

**ПК-7** способность к проектированию инновационных программ комплексного развития библиотечно-информационных учреждений;

**ПК-14** способность к организации психологически комфортной среды;

**ПК-15** готовность к применению психолого-педагогических приемов и методов управления персоналом библиотечно-информационных учреждений;

**ПК-18** готовность проводить системный анализ деятельности библиотечно-информационных структур, моделировать, прогнозировать, выявлять тенденции их развития.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- 1) **А g Z:l v**
  - основные теоретические положения теории внутреннего маркетинга
  - основные подходы к формированию корпоративной культуры
  - виды корпоративных изданий
- 2) **M f \_ l:v**
  - организовывать и проводить деловые совещания, переговоры







6.

”

”

”

”

”

”

”

-

”

”

В течение семестра проводится входной, текущий, рубежный и итоговый контроль.

Входной контроль предназначен для выявления степени подготовленности студентов к изучению дисциплины. Входной контроль предусматривает

письменную работу, в которой студент проводит самооценку своих сильных и слабых сторон, достижений, формулирует жизненные цели. Результаты входного контроля не влияют на рейтинг студента.

Текущий контроль проводится в течение семестра и включает рейтинги студентов группы (в них учитываются посещение аудиторных и внеаудиторных занятий, активность на семинарских занятиях и коллоквиумах, оценки, полученные за решение практических задач, мини-кейсов, групповых и индивидуальных заданий).

Рубежный контроль проводится после изучения каждого модуля (нескольких тем) дисциплины. Рубежный контроль проводится в соответствии с графиком учебного процесса.

Итоговый контроль проводится в виде зачета и подводит итог знаниям студента, полученным за период изучения дисциплины. Студент должен полностью выполнить тематический план, предусмотренный программой дисциплины.

Результаты по всем видам учебной деятельности фиксируются в рейтинговой ведомости.

К зачету допускаются студенты, набравшие в течение семестра не менее 55 баллов. В соответствии с локальным нормативным актом МГУКИ о балльно-рейтинговой системе преподаватель дает 10 бонусных баллов студентам, наиболее активно и эффективно осваивавшим курс.

Самостоятельная работа студентов составляет не менее 50% от общей трудоемкости дисциплины и является важным компонентом, способствующим формированию способностей к обучению, самостоятельному познанию, обобщению и оформлению результатов. Самостоятельная работа предполагает изучение рекомендуемой литературы, подготовку к тренингам и деловым играм, подготовку бизнес-презентаций и имеет профессионально-ориентированный характер.

### **Контрольные вопросы по курсу:**

1. Сущность и значение внутреннего маркетинга
2. Сервисные компетенции сотрудников библиотеки
3. Организация корпоративных социальных сетей
4. Корпоративные газеты и журналы.
5. Корпоративное радио
6. Раскройте компетенцию «клиентоориентированность»
7. Управление поведением персонала
8. Особенности формирования команды единомышленников
10. Корпоративная культура библиотеки
11. Внутренний аудит персонала
12. Аудит организационной культуры
13. Изучение потребительского поведения посетителей библиотеки
14. Ключевые факторы успеха
15. Особенности event-маркетинга
16. Маркетинговая информация
17. Маркетинговый календарь: особенности составления
18. Организация совещаний и собраний
19. Проведение тренингов персонала
20. Аудит внутреннего маркетинга

### **Контрольные задания по курсу «Внутренний маркетинг в библиотеке»**

#### **I. Вариант контрольной работы:**

1. Опишите влияние эмоционального интеллекта на личность сотрудника библиотеки
2. В чем преимущество высокого EQ?
3. EQ и его составные части

#### **II. Домашнее задание:**

1. Подготовить научную статью по теме, заданной преподавателем
2. На основе научной статьи подготовить доклад с презентацией
3. Публичное выступление на заданную тему перед группой

#### **III.**

1. Проанализируйте организацию документооборота в библиотеке и представьте предложения по ее совершенствованию (по заданию преподавателя)
2. Проведите сравнительный анализ 3 корпоративных изданий и сформулируйте рекомендации по их совершенствованию.

#### IV. Проанализируйте ситуацию:

В коллектив методического отдела библиотеки приходит «новичок». На него возлагают обязанности по организации системы внутреннего маркетинга. Он подходит к делу ответственно и в течение 2-х месяцев организует в библиотеке:

1. Небольшой, но качественный фонд «профессиональной» литературы
  2. Несколько неформальных мероприятий для знакомства сотрудников из разных подразделений.
  3. В комнате, где он работает, всегда полная ваза конфет
- Оцените действия нового сотрудника.

7.

-

“ ”

”

а) основная литература:

1. Колесникова М.Н. Управление персоналом библиотеки [Текст] : учеб.-практ. пособие / М. Н. Колесникова ; С.-Петербург. гос. ун-т культуры и искусств. - СПб. : Профессия, 2011. - 190, [1] с.
2. Менеджер информационных ресурсов : [учеб.-метод. пособие] / М-во культуры РФ, Моск. гос. ун-т культуры и искусств; авт.: В. К. Клюев, И. М. Сулова, А. И. Пашин, Н. Ю. Дементьева, И. И. Макарова. - М. : Литера, 2009. - 316 с.
3. Сулова И.М. Менеджмент библиотечно-информационной деятельности : учеб. для вузов культуры и искусств / И. М. Сулова, В.К. Клюев ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - СПб. : Профессия, 2009. - 600 с.

б) дополнительная литература:

1. Клюев В.К. Маркетинг в системе управления библиотекой : Учеб. пособие / В. К. Клюев, Е. М. Ястребова ; Моск. гос. ун-т культуры; Под общ. ред. В.К.Клюева. - М., 1995. - 131 с.
2. Клюев В.К. Маркетинговая ориентация библиотечно-информационной деятельности (Маркетинг в системе управления библиотекой) : Учеб. пособие для вузов / В. К. Клюев, Е. М. Ястребова ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств; Под общ. ред. В.К.Клюева. - 2-е изд. ; доработ. и доп. - М. : Профиздат: Изд-во МГУКИ, 1999. – 140 с.
3. Сулова И.М. Практический маркетинг в библиотеках : учеб.-метод. пособие / И. М. Сулова. - М.: Либерия, 2005. - 143 с.

в) литература для самостоятельного поиска и работы вне вузовской библиотеки:

1. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер. - 12-е изд. - СПб.: Питер, 2010.
2. Манн И. Маркетинг на 100% / И. Манн.- СПб.: Питер, 2003.
3. Мелия М. Бизнес — это психология.- М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.- 329 с.
4. Тульчинский Г.Л. Маркетинг в сфере культуры: Учебное пособие / Г.Л. Тульчинский.- СПб.: Лань, Планета музыки, 2009.

г) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

[www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)

lib.mgik.org (ЭБС Библиороссика, ЭБС Лань)

- " "

Занятия проводятся в учебной аудитории оборудованной проекционной и компьютерной техникой.

Документ составлен в соответствии с требованиями ФГОС ВО 3+ по направлению «Библиотечно-информационная деятельность» (магистратура) и профилю подготовки «Теория и методология управления библиотечно-информационной деятельностью».

**Автор-составитель:**

Н.Ю. Дементьева, кандидат педагогических наук, доцент

Документ одобрен на заседании кафедры управления информационно-библиотечной деятельностью 01 февраля 2016 г., протокол № 6.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Московский государственный институт культуры»  
Социально-гуманитарный факультет  
Кафедра управления информационно-библиотечной деятельностью**

**«УТВЕРЖДАЮ»  
Заведующий кафедрой**

---

**В.К. Клюев**

**«.....» \_\_\_\_\_ 2016 г.**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ В БИБЛИОТЕКЕ**

---

Направление подготовки  
**51.04.06 Библиотечно-информационная деятельность**  
Профиль подготовки  
**Теория и методология управления  
библиотечно-информационной деятельностью**

---

Квалификация (степень) – «МАГИСТР»  
Формы обучения – очная, заочная

Москва 2016

## 1. Паспорт фонда оценочных средств

Направление подготовки (специальность): 51.04.06 «Библиотечно-информационная деятельность», профиль подготовки «Теория и методология управления информационно-библиотечной деятельностью», дисциплина «Внутренний маркетинг в библиотеке».

В процессе изучения учебной дисциплины контролируются и оцениваются преподавателем следующие учебные действия студентов:

- учебные действия по подготовке и осуществлению докладов, выступлений на семинарских и практических занятиях;
- учебные действия по решению учебно-профессиональных задач;
- учебные действия на зачете.

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Внутренние коммуникации и маркетинг персонала	ОК-3; ОПК-2; ПК-14, 15	Дебаты
2	Методы внутриорганизационных исследований	ОПК-2; ПК-7, 14, 18	тренинг
3	Инструменты и каналы внутренних коммуникаций	ОПК-2; ПК-7, 14, 15, 18	коллоквиум
4	Внутренний маркетинг и коммуникации в развитии клиентоориентированного персонала	ОК-3; ОПК-2; ПК-14, 15	кейс
	<b>Итоговая форма отчетности - Зачет</b>		

## 2. Виды контроля по периодам обучения

### 2.1 Материалы для проведения текущего контроля:

В течение семестра проводится входной, текущий, рубежный и итоговый контроль.

Входной контроль предназначен для выявления степени подготовленности студентов к изучению дисциплины. Входной контроль предусматривает письменную работу, в которой студент проводит самооценку своих сильных и слабых сторон, достижений, формулирует жизненные цели. Результаты входного контроля не влияют на рейтинг студента.













Оценка «отлично» выставляется студенту, если он уверенно и в полном объеме выполнил предложенное преподавателем задание, проявил готовность применять инструментальные средства исследования для решения поставленных задач, самостоятельно приводит практические примеры и уверенно отвечает на уточняющие вопросы.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он уверенно и в полном объеме выполнил предложенное преподавателем задание, старается проявлять готовность к применению инструментальных средств исследования для решения поставленных задач, но при этом самостоятельно не приводит практические примеры, либо не уверенно отвечает на уточняющие вопросы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он не уверенно и не в полном объеме выполнил предложенное преподавателем задание, но старается проявлять готовность к применению инструментальных средств исследования для решения поставленных задач.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не выполнил предложенное преподавателем задание и не проявляет готовность к применению инструментальных средств исследования для решения поставленных задач.

### **3.3. Порядок выставления общей оценки в рамках промежуточной аттестации**

**Промежуточная аттестация** по дисциплине на 3 семестре проходит в **форме зачета** и отражает комплексный характер учета работы студента по параметрам:

- посещаемости занятий;
- активности работы на семинарских занятиях;
- количества и содержательности сообщений по проблематике семинаров;
- оценки докладов и презентаций (по соответствию определенным требованиям);
- оценки качества выполненных практических заданий по дисциплине.

#### **Критерии оценки.**

##### **Оценка «отлично» соответствует:**

- не менее 90% посещаемости занятий;
- не менее двух выступлений по тематике семинаров;
- активное участие в обсуждении вопросов семинарских занятий;
- своевременное представление и качественная подготовка докладов и презентаций;
- полное знание вопросов при ответе на зачете.

##### **Оценка «хорошо» соответствует:**

- не менее 80% посещаемости занятий;

- не менее одного выступления по тематике семинаров;
- участие в обсуждении вопросов семинарских занятий;
- своевременное представление и качественная подготовка докладов, презентаций и практических работ;
- хорошее знание вопросов при ответе на зачете.

**Оценка «удовлетворительно» соответствует:**

- не менее 70% посещаемости занятий;
- не менее одного выступления по тематике семинаров;
- представление и качественная подготовка докладов, презентаций и практических работ;
- удовлетворительное знание вопросов при ответе на зачете.

**Оценка «неудовлетворительно» соответствует:**

- пропускам более 50% занятий без уважительных причин;
- пассивность при обсуждении вопросов семинара;
- отсутствие выступлений по темам семинарских занятий;
- несвоевременно сданным и некачественно подготовленным докладам, презентациям и практическим работам;
- неудовлетворительному ответу на вопросы при ответе на зачете.

**Автор-составитель:**

Н.Ю. Дементьева, кандидат педагогических наук, доцент

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Московский государственный институт культуры»  
Социально-гуманитарный факультет  
Кафедра управления информационно-библиотечной деятельностью**

**«УТВЕРЖДАЮ»  
Заведующий кафедрой**

---

**В.К. Клюев**

**«.....» \_\_\_\_\_ 2016 г.**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ В БИБЛИОТЕКЕ**

---

Направление подготовки  
**51.04.06 Библиотечно-информационная деятельность**  
Профиль подготовки  
**Теория и методология управления  
библиотечно-информационной деятельностью**

---

Квалификация (степень) – **«МАГИСТР»**  
Формы обучения – очная, заочная

Москва 2016

## 1. Методические указания для студентов общего характера

Изучение учебного материала целесообразно проводить посредством оптимального сочетания традиционных (проблемные лекции, тематические семинарские и практические занятия, дискуссии) и актуальных (деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций, многоплановые ситуационные задачи, тренинги, «мозговые штурмы», дискуссии, индивидуальные и коллективные задания и др.) форм обучения, активной поисковой деятельности студентов с использованием электронных баз данных и их самостоятельной работы над источниками.

Основными методами дисциплины «Внутренний маркетинг в библиотеке» являются лекции, семинары и практические работы.

Его целью дают стройную систему научных знаний по дисциплине, сформировать у студентов научный подход к организации и управлению личной профессиональной деятельностью, обеспечить понимание ими основных закономерностей организации личной работы, познакомить с основами тайм-менеджмента, побудить к развитию эмоционального интеллекта и сформировать у обучаемых установку на активную самостоятельную работу.

Важное место в процессе изучения дисциплины занимают семинарские занятия предназначены для углубления и закрепления знаний, полученных обучаемыми в ходе лекций и самостоятельной работы; просмотра источников различной информации; формирования у обучаемых навыков самостоятельного анализа информационных ресурсов по теме; умения дискутировать и аргументировано отстаивать свою позицию. В связи с этим, групповые занятия предполагают активный обмен мнениями по поставленным вопросам, обсуждение подготовленных докладов и научных сообщений.

Значимую роль в подготовке будущих магистров играет обучающая. Она имеет целью закрепление и расширение полученных в ходе лекционных занятий знаний; приобретение новых знаний; обобщение, систематизацию и практическое применение знаний; формирование практических умений и навыков; самоконтроль в процессе усвоения знаний; подготовку к предстоящим занятиям.

Самостоятельную работу студентов, помимо ориентации на общие педагогические цели и задачи, рекомендуется направить на реализацию двух основных прикладных задач: подготовку докладов

сообщений по теме предстоящих семинарских занятий; подготовку самостоятельных исследований в рамках магистерской диссертации.

Задача преподавателя в рамках самостоятельной работы студентов заключается в том, чтобы максимально обеспечить условия для самостоятельного получения знаний из различных источников (публикации в отраслевой печати, материалы web-сайтов библиотек и научно-информационных учреждений, полнотекстовые базы и электронные библиотеки). Списки основной и дополнительной литературы и интернет-ресурсов по курсу представлены в Рабочей программе дисциплины.

## **2. Методические указания по подготовке к мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации**

Важной частью дидактической системы по дисциплине «**Внутренний маркетинг в библиотеке**» являются вопросы организации текущего контроля и промежуточной аттестации.

Контроль знаний служит для выявления степени усвоения учебного материала по изучаемой дисциплине. Он должен осуществляться в пределах всех организационных форм обучения, тщательно планироваться и призван выявить объем, глубину и качество восприятия изучаемого материала, определить имеющиеся пробелы в знаниях, наметить пути их устранения; выявить уровень овладения навыками самостоятельной работы; стимулировать интерес студентов к дисциплине. На семинарских занятиях текущий контроль теоретических знаний осуществляется, как правило, в форме опроса, оценки знаний теоретического материала; оценивается уровень научных сообщений, докладов и активность при обсуждении вопросов семинара. В качестве средств текущей оценки усвоения дисциплины возможно применение тестового контроля в традиционной и компьютерной формах.

### **Критерии оценки знаний студентов при проведении семинара:**

- оценка «отлично» выставляется студенту за активное участие в обсуждении всех вопросов темы семинара и за содержательный ответ на один из вопросов;
- оценка «хорошо» - содержательный ответ по одному из вопросов тем семинара;
- оценка «удовлетворительно» - неполное сообщение по вопросу темы и неубедительный ответ на вопросы преподавателя;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание ответа на вопросы преподавателя по теме занятий.

### **Критерии оценки выполненной студентом практической работы:**

Практическая работа должна быть:

- выполнена по заданию педагога и в соответствии с условием работы;
- реализована самостоятельно;
- оформлена с соблюдением всех требований, предъявляемых к оформлению практической работы.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он уверенно и в полном объеме выполнил предложенное преподавателем задание, проявил готовность применять инструментальные средства исследования для решения поставленных задач, самостоятельно приводит практические примеры и уверенно отвечает на уточняющие вопросы.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он уверенно и в полном объеме выполнил предложенное преподавателем задание, старается проявлять готовность к применению инструментальных средств исследования для решения поставленных задач, но при этом самостоятельно не приводит практические примеры, либо не уверенно отвечает на уточняющие вопросы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он не уверенно и не в полном объеме выполнил предложенное преподавателем задание, но старается проявлять готовность к применению инструментальных средств исследования для решения поставленных задач.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не выполнил предложенное преподавателем задание и не проявляет готовность к применению инструментальных средств исследования для решения поставленных задач.

**Аттестация** по дисциплине проходит **в форме зачета** и отражает комплексный характер учета работы студента по параметрам:

- посещаемости занятий;
- активности работы на семинарских занятиях;
- количества и содержательности сообщений по проблематике семинаров;
- оценки докладов и презентаций (по соответствию определенным требованиям);
- оценки качества выполненных практических заданий по дисциплине.



