

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ульяновский государственный университет»
Факультет культуры и искусства
Кафедра журналистики, филологии, документоведения и библиотековедения

Е.Г. Ходжаян

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ
ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ»
ДЛЯ СТУДЕНТОВ ФАКУЛЬТЕТА КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА
НАПРАВЛЕНИЯ БАКАЛАВРИАТА
46.03.02 «ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЕ И АРХИВОВЕДЕНИЕ»**

**Ульяновск,
2019**

УДК

ББК

X69

*Рекомендованы к использованию решением Ученого совета факультета культуры и искусства Ульяновского государственного университета
(протокол от 20.06.2019 № 13/205)*

Ходжаян Е. Г.

X69 Методические указания по освоению дисциплины «Технологии продвижения информационных продуктов и услуг» для студентов факультета культуры и искусства направления бакалавриата 46.03.02 «Документоведение и архивоведение» / Е. Г. Ходжаян – Ульяновск : УлГУ, 2019.

Методические указания по дисциплине «Технологии продвижения информационных продуктов и услуг» содержат материалы для подготовки и проведения лекционных, практических занятий, а также самостоятельной работы для студентов факультета культуры и искусства направления бакалавриата 46.03.02 «Документоведение и архивоведение».

Данное издание можно рекомендовать также работающим в смежных областях преподавателям, студентам, менеджерам.

УДК

ББК

© Ходжаян Е. Г., 2019

© Ульяновский государственный университет, 2019

Содержание

Введение	4
Методические указания к лекционному материалу.....	4
Методические указания к практическим (семинарским), лабораторным занятиям	5
Методические указания к самостоятельной работе.....	6
Перечень вопросов к зачету	6
Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	7

ВВЕДЕНИЕ

Цели освоения дисциплины:

- обеспечить овладение студентами комплексом знаний, умений и навыков информационного обслуживания.

Задачи освоения дисциплины:

- обеспечить освоение студентами систематизированного комплекса знаний об информационном обслуживании;
- научить ориентироваться на информационном рынке;
- познакомить с основными видами информационных продуктов и услуг;
- выработать умения и навыки создания информационных продуктов различных видов;
- обеспечить овладение умениями и навыками предоставления информационных услуг;
- научить осуществлять маркетинг информационных продуктов и услуг.

Формы лекционных занятий и практических занятий, а также интерактивных занятий разработаны опираясь на «Положение о контактной работе обучающихся с преподавателем при осуществлении образовательного процесса по образовательным программам высшего образования». Виды самостоятельной работы, формы и виды контроля самостоятельной работы разработаны опираясь на «Положение об организации самостоятельной работы обучающихся» Ульяновского государственного университета.

Методические указания к лекционному материалу

Лекции – являются одним из видов учебных занятий и составляют основу теоретической подготовки студентов. Они дают систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывают ее состояние и перспективы развития, концентрируют внимание студентов на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируют их активную познавательную деятельность и способствуют формированию творческого мышления. При изучении данной дисциплины используются такие формы лекций как вводная лекция, обзорные лекции. Рассмотрим ключевые моменты содержания лекционных занятий.

Тема 1. Маркетинг в области информации

Понятие «информационного маркетинга», история развития концепции маркетинга, технология и индустрия коммерческого распространения информации. Организация информационного маркетинга и его главные элементы. Специфика применения и реализации информационного маркетинга в информационной деятельности. Стратегии информационного маркетинга.

Тема 2. Теория жизненного цикла ИПУ

Исследования информационного рынка. Объект и предмет исследования. Задачи и проблемы маркетингового исследования. Критерии. Жизненный цикл продуктов и услуг. Фазы его «жизни» и их характеристика. Специфика ЖЦ ИПУ.

Тема 3. Ценовая стратегия и особенности ее формирования в информационной сфере.

Общие принципы формирования цен на информационные продукты и услуги. Ценообразование, ценовой маркетинг и ценовая политика в информационной фирме. Платные информационные услуги и информационное обслуживание.

Тема 4. Информационные ресурсы маркетинга.

Система маркетинговой информации. Назначение, типологическая структура. Классификация информационных ресурсов маркетинга по назначению, периодичности и стабильности возникновения, по отношению к обработке.

Тема 5. Специфика коммуникационной политики для информационных продуктов

и услуг.

Элементы коммуникационной политики: реклама, связи с общественностью, прямой маркетинг и директ-маркетинг для информационных продуктов и услуг. Особенности коммуникационной политики в информационной фирме.

Тема 6. Информационный консалтинг.

«Концепция тотального продукта» в консультировании. Специфика свойств консалтинга. Признаки качества консультационных услуг. Миссия консультационной услуги. Информационный консалтинг. Теория Веккера. Деятельность консалтинговых фирм в России.

Тема 7. Информационная диагностика и возможности ее использования в информационном маркетинге.

Информационный мониторинг, информационная диагностика, информационный анализ: истоки: история развития и перспективы.

Методические указания к практическим (семинарским), лабораторным занятиям

Практическое занятие - составная часть учебного процесса, представляющая групповую форму занятий при активном участии обучающихся. Спецификой данной формы ведения занятия является совместная работа преподавателя и обучающихся над решением конкретной проблемы. Практические занятия – вид учебного занятия, направленный на развитие самостоятельности учащихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные на лекции знания.

По отдельным темам практических занятий занятия предусмотрены в соответствии с планом по форме проведения как интерактивные, что предполагает, во-первых, освоение опыта (компетенций), основанное на взаимодействии студентов и проявление инициативы во взаимодействии как с социальным и физическим окружением, так и с изучаемым содержанием; во-вторых, углубленную работу с имеющимся опытом студента, его качественное преобразование. В настоящее время к интерактивным образовательным технологиям относят игровые, дискуссионные, тренинговые, рейтинговые и рефлексивные технологии.

Методические указания к практическим (семинарским) занятиям включают в себя темы и планы занятий, а также некоторые виды практических заданий.

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Тема 2. Теория жизненного цикла ИПУ (форма проведения – деловая игра).

Тема 3. Ценовая стратегия и особенности ее формирования в информационной сфере. (форма проведения – практическое занятие): «Расчет стоимости информационного продукта или услуги».

Тема 4. Информационные ресурсы маркетинга (форма проведения - практическое занятие).

«Типо-видовое разнообразие информационных продуктов».

Тема 5. Специфика коммуникационной политики для информационных продуктов и услуг. (форма проведения - практическое занятие): составление рекламного брифа.

Тема 6. Информационный консалтинг (форма проведения - семинар): Информационно-консалтинговые фирмы России: жанровое разнообразие, структура, методы и технологии работы.

Тема 7. Информационная диагностика и возможности ее использования в информационном маркетинге (форма проведения - практическое занятие): «Экспресс-анализ рынка труда в г. Ульяновске», «Информационный мониторинг динамики цен на товар».

Методические указания к самостоятельной работе

Самостоятельная работа – это планируемая работа студентов, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. По целевому признаку самостоятельная работа студентов может проводиться: для овладения знаниями, для закрепления и систематизации знаний, для формирования умений. Выделим основные виды самостоятельной формы работы и формы их.

Содержание заданий к самостоятельной работе студентов

Проработав учебной материал с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины подготовить доклад по каждой теме практического занятия, а также подготовить доклады для обсуждения на занятия (круглый стол, дискуссия).

Доклад – это устное выступление на заданную тему. Время доклада, как правило, составляет 5-15 минут. Доклад представляется для выступления и последующего обсуждения на практическом занятии. Кроме того, при выступлении возможно использование наглядных материалов, например, таблиц, иллюстраций, схем. Оптимальным методом завершения устного сообщения или доклада была бы дискуссия с аудиторией по теме выступления.

Цели доклада: научиться убедительно и кратко излагать свои мысли в устной форме, донести информацию до слушателя, установить контакт с аудиторией и получить обратную связь. Важно при подготовке доклада учитывать его фазы: мотивацию, убеждение, побуждение. В первой фазе доклада рекомендуется использовать: риторические вопросы; актуальные примеры, события; истории, цитаты. Главная цель – привлечь внимание слушателей к докладчику. Ядром хорошего доклада является информация. Она должна быть новой и понятной. В главной части необходимо раскрыть саму тему. Это означает, что надо не только осветить ее проблемы и возможные (или уже имеющиеся) их решения, но сопоставить их, дать свою интерпретацию, высказать свою точку зрения, предложить свое решение.

Перечень вопросов к зачету

- 1) История развития концепции маркетинга
- 2) Технология и индустрия коммерческого распространения информации.
- 3) Организация информационного маркетинга и его главные элементы.
- 4) Специфика применения и реализации информационного маркетинга в информационной деятельности.
- 5) Стратегии информационного маркетинга.
- 6) Исследования информационного рынка.
- 7) Жизненный цикл информационных продуктов и услуг.
- 8) Общие принципы формирования цен на информационные продукты и услуги.
- 9) Платные информационные услуги и информационное обслуживание.
- 10) Система маркетинговой информации. Назначение, типологическая структура.
- 11) Классификация информационных ресурсов маркетинга по назначению, периодичности и стабильности возникновения, по отношению к обработке.
- 12) Элементы коммуникационной политики: реклама, связи с общественностью, прямой маркетинг и директ-маркетинг для информационных продуктов и услуг.
- 13) Информационный консалтинг.
- 14) Информационный мониторинг, информационная диагностика, информационный анализ: истоки: история развития и перспективы.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная:

1. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 379 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://bibli-online.ru/bcode/432976>
2. Шпаковский В.О., PR-дизайн и PR-продвижение : учеб. пособие / Шпаковский В.О., Егорова Е.С. - М. : Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с. - ISBN 978-5-9729-0217-0 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902170.html>

дополнительная:

1. Инновационные технологии электронного библиотечного обслуживания : учебное пособие / М. Ю. Ваганова, И. Ю. Матвеева, Т. Н. Моковая [и др.] ; под редакцией И. Ю. Матвеева, Л. В. Сокольская. — Челябинск : Челябинский государственный институт культуры, 2018. — 96 с. — ISBN 978-5-94839-668-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87221.html>
2. Гуров Ф., PR IT-компаний: Российская практика / Филипп Гуров. - М. : Альпина Паблишер, 2011. - 141 с. - ISBN 978-5-9614-1402-8 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961414028.html>
3. Эффективная коммуникация : словарь-справочник для специалистов в области связей с общественностью / С. А. Василенко, В. А. Исаков, Н. С. Кожеурова, О. С. Полунина ; под редакцией Н. С. Кожеурова. — М. : Московский городской педагогический университет, 2013. — 88 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/26671.html>

учебно-методическая:

1. Информационные продукты и услуги автоматизированных библиотечно-информационных систем : учебно-методический комплекс по специальности 071201 «Библиотечно-информационная деятельность», специализации «Компьютерные технологии в библиотечных и информационных системах», квалификация «Технолог автоматизированных информационных ресурсов» / составители Е. И. Боброва. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2013. — 46 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/29664.html>

б) Программное обеспечение:

1. Операционная система Windows;
2. Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:

1. Электронно-библиотечные системы:

- 1.1. **IPRbooks** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ группа компаний Ай Пи Эр Медиа. - Электрон. дан. - Саратов, [2019]. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.

- 1.2. **ЮРАЙТ** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>.
- 1.3. **Консультант студента** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Политехресурс. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html>.
- 1.4. **Лань** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО ЭБС Лань. - Электрон. дан. – С.-Петербург, [2019]. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>.
- 1.5. **Znanium.com** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Знаниум. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://znanium.com>.
2. **Система ГАРАНТ** [Электронный ресурс] : электронный периодический справочник / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС». - Электрон. дан. - М., [2019].
3. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система/ Компания «Консультант Плюс». - Электрон. дан. - Москва: КонсультантПлюс, [2019].
4. **База данных периодических изданий** [Электронный ресурс]: электронные журналы/ ООО ИВИС. - Электрон. дан. - Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>.
5. **Национальная электронная библиотека** [Электронный ресурс]: электронная библиотека. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://нэб.рф>.
6. **Электронная библиотека диссертаций РГБ** [Электронный ресурс]: электронная библиотека/ ФГБУ РГБ. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dvs.rsl.ru>.
7. **Федеральные информационно-образовательные порталы:**
- 7.1. Информационная система [Единое окно доступа к образовательным ресурсам](http://window.edu.ru). Режим доступа: <http://window.edu.ru>.
- 7.2. Федеральный портал [Российское образование](http://www.edu.ru). Режим доступа: <http://www.edu.ru>.
8. **Образовательные ресурсы УлГУ:**
- 8.1. Электронная библиотека УлГУ. Режим доступа: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>.
- 8.2. Образовательный портал УлГУ. Режим доступа: <http://edu.ulsu.ru>.
9. **Профессиональные информационные ресурсы:**
- Архив номеров журнала «Делопроизводство». Режим доступа: <https://www.top-personal.ru/officeworks.html>.