

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

Факультет информационно-документных коммуникаций
Кафедра информационно-аналитической деятельности

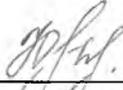
СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой


Н. Ю. Вайцехович
«28» января 2025 г.

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета


Ю. Н. Галковская
«28» января 2025 г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

ИНФОРМАЦИОННЫЙ КОНСАЛТИНГ

для специальности

6-05-0322-01 Библиотечно-информационная деятельность

Профилизация: Аналитика

Составитель:

Е. Ю. Козленко, доцент, канд. пед. наук

Рассмотрено и утверждено
на заседании Совета факультета
протокол № 5 от 28.01.2025 г.

Составитель:

Козленко Е. Ю., доцент кафедры информационно-аналитической деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент

Рецензенты:

ученый совет государственного учреждения «Центральная научная библиотека имени Якуба Коласа Национальной академии наук Беларуси»;
Е. Э. Политевич, доцент кафедры информационных ресурсов и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук

Рассмотрен и рекомендован к утверждению:

Кафедрой информационно-аналитической деятельности
(протокол от 20.12.2024 № 4);

Советом факультета информационно-документных коммуникаций
(протокол от 28.01.2025 № 5)

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	5
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	7
Содержание учебного материала	7
2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	17
Рабочие материалы к семинарам	17
Семинар 1. Предпосылки и закономерности появления	17
Семинар 2. Типология консультирования и консультационных услуг	18
Семинар 3. Компоненты, принципы и функции.....	19
Семинар 4. Методический инструментарий	20
Рабочие материалы к практическим занятиям	21
Практическое занятие 1. Проект создания информационно-консалтинговой службы.....	21
Практическое занятие 2. Оформление договора на оказание консалтинговых услуг	23
Практическое занятие 3. Технология процесса консультирования: кейс-стади	23
Практическое занятие 4. Онлайн-платформы для коллаборации и обсуждений.....	25
Практическое занятие 5. Поддержка ведения электронного документооборота в организации	26
Практическое занятие 6. Информационно-консалтинговая поддержка научно-исследовательской деятельности.....	28
Практическое занятие 7. Планирование мероприятий для информационно-консалтинговой поддержке бизнеса и предпринимательства	29
Практическое занятие 8. Банк данных (картотека) наблюдений для инновационного сектора региона.....	30
Практическое занятие 9. Информационная база культурных мероприятий региона	31
3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	32
Методические указания к самостоятельной работе студентов (СРС) ..	32
Методические указания к контролируемой самостоятельной работе (КСР)	33
КСР 1. Терминология информационного консалтинга.....	33
КСР 2. Работа консультанта в процессе коммуникации с клиентом	33
КСР 3. Рынок консалтинговых услуг в Республике Беларусь	35
КСР 4. Библиотеки как консалтинговые центры.....	35

КСР 5. Возможности сервисов онлайн-консультаций.....	36
КСР 6. Разработка этического кодекса консультанта	37
Вопросы к экзамену	38
4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ.....	40
Учебно-методическая карта учебной дисциплины.....	40
Рекомендуемая для изучения литература.....	42
Кейсы для выполнения практических заданий	44

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Информационный консалтинг – новый вид услуг на рынке библиотечно-информационных услуг. Чтобы всегда оставаться востребованными, библиотечные специалисты должны давать эффективные советы и представлять актуальную информацию. Обладая глубокими интегративными свойствами, информационный консалтинг имеет уникальную возможность задействовать в своих процессах самые современные достижения науки, обобщая ценный опыт и знания различных исследователей, применяя их в управленческих целях, активно участвуя в формировании нового социально-экономического и информационного пространства. Указанное требует от сотрудников современных библиотек активного совершенствования традиционных информационных продуктов и услуг за счет интеллектуализации информационно-библиотечной деятельности, использования новых технологических и аналитических подходов, нового восприятия потребительских требований. Такие специалисты должны опираться на глубокие специальные знания, уметь находить нужную информацию, обладать широким кругом системных знаний, быть способными интерпретировать результаты анализа и уметь их упаковывать, владеть арсеналом аналитических методов и технологий, в связи с чем приобретение студентами профессиональных компетенций в сфере информационного консалтинга является актуальным.

Учебная дисциплина «Информационный консалтинг» – одна из специальных дисциплин, входящих в комплекс дисциплин по профилизации «Аналитика».

Разработанный учебно-методический комплекс (УМК) представляет собой систему дидактических средств обучения учебной дисциплине «Информационный консалтинг». Он является структурно-логической моделью процесса формирования профессионально значимых компетенций библиотекаря в сфере консалтинговой деятельности.

Целью УМК по учебной дисциплине «Информационный консалтинг» является систематизация учебно-методических материалов, необходимых при осмыслении теоретических основ и овладении технологическими приемами информационного консалтинга, учебно-методическая помощь студентам и преподавателям в усвоении учебного материала, а также повышение эффективности организации учебного процесса и самостоятельной работы студентов на основе компетентностного подхода.

Задачи УМК:

– систематизация содержания учебной дисциплины «Информационный консалтинг»;

- обеспечение организации самостоятельной учебной работы и контроля знаний студентов;
- оказание студентам методической помощи в усвоении учебного материала;
- оказание преподавателям методической помощи, необходимой и достаточной для качественного преподавания данной учебной дисциплины;
- формирование благоприятной среды для конструктивного диалога в рамках изучаемой дисциплины и направлений профессиональной деятельности.

Особенности структурирования УМК и подачи материала в нем определялись содержанием учебной программы по данной учебной дисциплине (разработанной в 2024 г.), образовательным стандартом общего высшего образования ОСВО 6-05-0322-01-2023 по специальности 6-05-0322-01 Библиотечно-информационная деятельность, учебным планом учреждения высшего образования по специальности 6-05-0322-01 Библиотечно-информационная деятельность. Профилизация: Аналитика, Положением об учебно-методическом комплексе по учебной дисциплине, утвержденным приказом ректора учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (2017 г.).

УМК состоит из четырех разделов:

- Раздел 1. Теоретический раздел – поясняет содержание учебного материала для теоретического изучения учебной дисциплины;
- Раздел 2. Практический раздел – содержит рабочие материалы к семинарам и практическим занятиям, описание особенностей их проведения;
- Раздел 3. Контроль знаний – включает задания для самостоятельной и контролируемой самостоятельной работы, перечень вопросов к экзамену;
- Раздел 4. Вспомогательный раздел – содержит учебно-методическую карту учебной дисциплины «Информационный консалтинг», список основной и дополнительной литературы, рекомендуемой для изучения, кейсы для выполнения практических заданий.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Содержание учебного материала

Введение

Предмет, содержание и задачи учебной дисциплины «Информационный консалтинг». Ее место в системе подготовки будущего специалиста. Компетенции, формируемые у студентов во время изучения учебной дисциплины. Теоретико-практическая направленность учебной дисциплины, ее взаимосвязь с циклом общепрофессиональных и специальных дисциплин. Основные виды учебных занятий и организация самостоятельной работы студентов. Формы контроля. Характеристика обеспеченности учебной дисциплины учебной, методической и научной литературой.

Раздел 1. Теоретические аспекты информационного консалтинга

Тема 1. Понятие, цель и задачи информационного консалтинга

Термин «консалтинг». Подходы к пониманию консультирования (Ф. Стееле, Л. Грейнер, Р. Метцгер). Консалтинг и консультирование как слова-синонимы, особенности их определения и применения разными авторами. Смысл консалтинга. Значение библиотек в сфере консалтинговых услуг.

Информационный консалтинг как подсистема управленческого консалтинга. Место информационного консалтинга в Европейском справочнике-указателе консультантов по менеджменту. Цель и задачи информационного консалтинга. Разнообразие трактовок понятия «информационный консалтинг». Объект и предмет информационного консалтинга. Конечный результат деятельности консультанта. Консультирование как процесс, как экспертиза, как услуга, как метод. Внутреннее и внешнее консультирование: преимущества, недостатки. Особенности рекомендуемого консультирования и маркетингового консалтинга. Информационный консалтинг как разновидность экспертной помощи.

Связь информационного консалтинга с различными областями научного знания.

Тема 2. Предпосылки и закономерности появления информационно-консалтинговой деятельности

Исторически первые задачи, которые решались посредством консультирования. Зарождение и становление консалтинга как вида

профессиональной деятельности. Вклад первых профессиональных консультантов в развитие консалтинга (Ф. Тейлор, Э. Буз, Д. О. МакКинси и др.). Развитие консалтинговой деятельности в США и странах Западной Европы. Термин «консультантовооруженность».

Особенности развития управленческого и информационного консалтинга в СССР. Факторы, оказавшие особенно сильное влияние: законы централизованно планируемой экономики, внедрение комплексной системы управления качеством, создание Государственной системы научно-технической информации (ГСНТИ). Стадии формирования российского консалтингового рынка (по И. Пригожину).

Расширение направлений и форматов консультационных услуг с течением времени. Информационно-консультационные службы Extension service. Особенности построения информационно-консалтинговой деятельности на современном этапе. Основные тенденции развития информационно-консалтинговых услуг в ближайшие годы.

Тема 3. Типология консультирования и консультационных услуг

Особенности типологии консультирования и консультационных услуг в работах У. Стентона, Р. Джадда, Т. Хилла, Ф. Котлера, К. Лавлока.

Виды классификации консультационных услуг с точки зрения метода консультирования и с точки зрения предмета консультирования. Специфика экспертного, процессного и обучающего консультирования. Попредметная классификация видов консультационных услуг (общее управление, администрирование, финансовое управление, управление кадрами, маркетинг, производство, информационная технология, специализированные услуги), соответствующие задачи консультантов.

Комплексная классификация консалтинговых услуг на основе имеющихся и/или приобретаемых компетенций: существенные, ключевые (стержневые), незначительные (рутинные), возникающие.

Классификация консультационной деятельности по А. Пригожину (консультирование нормативное, ценностное, проблемное, экспертное, управленческое). Формы оказания консультационных услуг, подходы к их реализации.

Тема 4. Компоненты, принципы и функции информационно-консалтинговой деятельности

Сущность информационно-консалтинговой деятельности. Ключевые функциональные компоненты информационно-консалтинговой деятельности.

Информационная потребность как сущностный компонент информационно-консалтинговой деятельности. Этапы информационно-

консалтинговой деятельности по удовлетворению информационной потребности. Особенности исследования информационных потребностей различных категорий пользователей консалтинговых услуг.

Общие и специфические принципы, на которых строится деятельность специалиста, занимающегося информационным консалтингом.

Функции информационного консалтинга: информирования, научная (познавательная), исследовательская (диагностическая), посредническая, обучающая функция.

Тема 5. Методический инструментарий информационного консалтинга

Понятие метода консультирования. Общие (технологические, структурные, управления человеческими ресурсами, вовлечения в управление, ориентированные на улучшение межгрупповых, межличностных отношений, работы с индивидуумом) и специальные методы консультирования. Классификация методов консалтинга по исследуемому объекту, по месту действия, по срокам действия социальных технологий, по условиям применения. Инструментарий информационного консалтинга, получающий развитие в связи с внедрением информационных технологий.

Формирование фонда методов консультанта. Классификация консультационной деятельности в зависимости от методов работы консультанта.

Методы анализа внешней и внутренней среды организации клиента. SWOT-анализ: особенности, процедуры, анализ результатов. PEST-анализ.

Тема 6. Профессиональное развитие консультанта, его качества, способности и навыки

Причины обращения к консультантам. Ценность взаимодействия консультанта и клиента. Специфика знаний консультанта. Сложности профессиональной деятельности консультанта. Необходимость особой методической подготовки консультанта. Особенности профессиональной подготовки консультантов за рубежом, в России и в Республике Беларусь. Сложности процесса обучения консультантов. Процесс профессионального развития консультанта. Сущность аналитической деятельности консультанта.

Требования к деятельности консультантов в зависимости от специализации (по К. Макхэму). Ключевые интеллектуальные способности и личностные качества консультанта по вопросам управления (по М. Кубру). Комплексная модель консультанта (по А. Чугунову). Особенности «профессионального происхождения» консультантов. «Плохие» и «хорошие» консультанты в процессе коммуникации (по Д. Майстеру).

Раздел 2. Организационные аспекты информационного консалтинга

Тема 7. Рынок консалтинговых услуг

Основные элементы рынка консалтинговых услуг. Классификация компаний, работающих на рынке консалтинговых услуг, специфика их деятельности. Интеграционные объединения на рынке консалтинговых услуг. Группы потребителей консалтинговых услуг по размеру компаний, по потребностям компаний, по объему запрашиваемых услуг, по искомым выгодам, по степени лояльности. Основные тенденции развития мирового рынка консалтинговых услуг.

Особенности белорусского рынка консалтинговых услуг, его сегментация. Задачи и основные компании-представители кадрового консалтинга, финансового консалтинга, юридического консалтинга, производственного консалтинга, IT-консалтинга. Специфические категории белорусских потребителей консалтинговых услуг. Проблемы, мешающие развитию консалтинговой деятельности в Беларуси: отсутствие нормативно-правовой базы, низкий уровень активности субъектов хозяйствования, отсутствие образовательных программ для консультантов, отсутствие критериев оценки профессионализма консультантов.

Перспективы индустрии консалтинга и рынка консалтинговых услуг.

Тема 8. Библиотеки как консалтинговые центры

Особенности консультационной деятельности в библиографических и методических подразделениях библиотек. Категории информационных консультантов в зарубежных библиотеках: посредники при информационном поиске, консультанты информационных служб и предприятий, специалисты по отраслевой информации, информационные брокеры. Причины различия подходов к консультационному обслуживанию в библиотеках.

Формы консультационной деятельности в библиотеках. Особенности практики диалоговых консультаций библиотек в интернет. Деятельность центров информационного анализа при библиотеках. Новая парадигма информационно-консалтинговой деятельности в библиотеках. Наиболее востребованные информационно-консультационные услуги в библиотеках Беларуси. Проблема сегментации рынка информационно-консультационных услуг библиотек.

Перспективы информационно-консалтинговой деятельности библиотек.

Тема 9. Организация деятельности информационно-консалтинговой службы

Цель и основные задачи создания информационно-консалтинговой

службы на предприятиях. Сущность активного информационно-консалтингового обслуживания. Функции и причины появления активного информационно-консалтингового обслуживания. Консалтинг как бизнес. Плюсы и минусы организации частной консалтинговой компании. Компетентность кадров и мониторинг рынка как ключевые факторы успешности консалтинговой компании.

Документационное обеспечение консалтинговых услуг: договор, акт приема-передачи оказанных услуг, отчет исполнителя, счет-фактура формы СФ-1, платежные документы об оплате услуг исполнителя. Особенности составления договоров по оказанию консалтинговых услуг в Республике Беларусь. Составляющие компоненты договора по оказанию услуг. Обязательные реквизиты для акта приема-передачи оказанных услуг. Содержание отчета исполнителя услуг. Особенности заполнения счет-фактуры.

Тема 10. Маркетинг информационно-консалтинговых услуг

Востребованность маркетингового подхода при планировании и реализации информационно-консалтинговых услуг. Особенности стратегического и тактического маркетинга информационно-консалтинговых услуг. Особенности реализации социально-ответственного и коммерческого маркетинга в библиотеках.

Свойства информационно-консалтинговой услуги: неосвязаемость, неотделимость от источника, несохраняемость и увеличение риска, непостоянство качества. Разделы маркетинговой программы (анализ текущей ситуации, определение стратегии, постановка 6 и 12-месячных целей, выбор маркетинговых тактик, выявление ресурсов, разработка маркетингового плана на год, реализация плана, мониторинг результатов работы и корректировка плана). Принципы выбора маркетинговых приемов. Тактические приемы маркетинга консалтинговых услуг. Стадии маркетинга консалтинговых услуг. Развитие консультант–клиентских отношений. Методы воздействия на реальных и потенциальных клиентов.

Тема 11. Информационно-аналитическое обеспечение консалтинговой деятельности

Направления деятельности библиотек в информационно-аналитическом обеспечении консалтинговой деятельности. Значение информационного ресурса в консалтинге. Показатели составляющих информационных ресурсов для целей консалтинга: информационная база, материально-техническая база, кадровая составляющая, организационно-методическая составляющая, средства коммуникации, средства обработки информации, финансовые

средства. Информационные ресурсы как особая инфраструктура общества.

Государственные и негосударственные информационные системы в Республике Беларусь. Электронные информационные ресурсы Республики Беларусь, цели и особенности их государственной регистрации. Информация о субъектах деятельности, фиксируемая в государственных регистрах и реестрах. Особенности потребления государственных и негосударственных информационных ресурсов для целей создания консалтинговых информационных продуктов и услуг. Экспертные системы как ресурс информационно-аналитического обеспечения консалтинговой деятельности.

Ключевые задачи информационно-аналитического обеспечения консалтинга в цифровую эпоху. Современные технологии и инструменты обработки и анализа информации, используемые в консалтинговой деятельности.

Тема 12. Общая технология процесса консультирования

Специфика первоначальных контактов с клиентом. Предварительный диагноз проблемы: цель, методики постановки, основные источники информации. План задания: стратегия, временной график, определение ролей, ресурсы. Предложения клиенту. Структура контракта на консультирование.

Диагностика проблемы клиента: цели, порядок. Выработка концептуальной основы диагноза. Выявление необходимых фактических данных. Анализ и синтез фактов, использование статистических методов. Необходимость обратной связи с клиентом. Особенности поиска идей для возможных решений: вопросы для рассмотрения, значение опыта и творческого мышления. Методы творческого мышления в поиске идей. Разработка и оценка альтернативных вариантов.

Предъявление клиенту предложений. Функции консультанта на этапе внедрения. Планирование и контроль над внедрением. Обучение и подготовка кадров. Поддержание нового порядка работы и контроль. Особенности завершения процесса консультирования. Пролонгация сотрудничества с клиентом. Заключительный отчет. Цена консультационной услуги.

Тема 13. Особенности консультирования по информационным вопросам

Категории информации, в которой нуждаются потребители информационных ресурсов: информация для специалистов, рыночная информация, образовательная информация, информация широкого потребления. Их специфика и основные потребители. Факты, эвристика и метазнание как продукты консультирования, особенности работы консультанта. Сложности консультирования по информационным вопросам.

Специфика консультирования по информационным технологиям.

Возможные консультационные услуги по информационным технологиям.

Особенности консультирования по информационным вопросам (разнообразие источников информации, высокая степень специализации, интерактивный процесс, управление изменениями).

Раздел 3. Технологии информационно-консалтингового обслуживания

Тема 14. Экспертная деятельность библиотек

Понятие экспертизы, ее сущностные характеристики. Содержание деятельности эксперта. Особенности специализированной подготовки экспертов. Библиотекарь как эксперт в Профессиональном стандарте Российской Федерации «Специалист по библиотечно-информационной деятельности» (2022) и «Атласе новых профессий 3.0» (2021).

Понятие и основные задачи информационной экспертизы. Задачи библиотек как экспертов в информационном пространстве. Основные направления экспертной деятельности, органично присущие библиотекам. Технология информационной экспертизы: определение объекта экспертизы, сбор и систематизация исходных данных, экспертный анализ, подготовка экспертного заключения. Методы проверки информации в рамках информационной экспертизы.

Современные технологии в поддержку экспертной деятельности библиотек. Привлечение пользователей к экспертной деятельности, сущность и примеры краудсорсинга. Последствия некачественной информационной экспертизы. Возможности совершенствования экспертной деятельности библиотек.

Тема 15. Информационно-консалтинговая поддержка документационного обеспечения управления

Цель и классификация консалтинга в документационном обеспечении управления (ДОУ). Факторы, оказывающее влияние на работу с документами в организации. Риски организации из-за отсутствия налаженной системы ДОУ. Причины обращения за информационно-консалтинговой поддержкой ДОУ. Основные проблемные зоны в постановке делопроизводства в организации

Цели оптимизации ДОУ и основные задачи консультационных услуг в данной сфере. Технологии консалтинга по оптимизации делопроизводства и организации документооборота: экспресс-диагностика, обследование и подготовка материалов по результатам диагностики, проектирование системы документационного обеспечения управления, комплексная постановка системы документационного обеспечения управления, подготовка к

внедрению электронного документооборота и его непосредственное внедрение. Недостатки, характерные консультационным услугам в области ДОУ.

Рынок делопроизводственного консалтинга Республики Беларусь (БелНИИДАД, БелНИЦЭД, НЦЭУ, ООО «Электронное ДЕЛО» и др.).

Тема 16. Информационно-консалтинговая поддержка научно-исследовательской деятельности

Инновационные формы и методы работы библиотек в информационно-консалтинговой поддержке научно-исследовательской деятельности. Понятие и цель «научного консалтинга». Преимущества консалтинговых услуг для ученых. Основные достижения и приоритетные направления информационно-консалтинговой поддержки научно-исследовательской деятельности библиотеками и университетами. Услуги консалтинга для исследователей, оказываемые частными консалтинговыми компаниями.

Направления консалтинговой деятельности Межвузовского центра маркетинга научно-исследовательских разработок, его сетевые информационные ресурсы (МЦМ НИР). Направления консалтинговых деятельности специализированных отделов в структурных подразделениях Национальной академии наук Беларуси. Деятельность Школы научных коммуникаций БГУ, консультационной службы Фундаментальной библиотеки БГУ. Особенности информационно-консалтинговой поддержки научно-исследовательской деятельности подразделениями Центральной научной библиотеки имени Якуба Коласа Национальной академии наук Беларуси. Услуги Республиканской научно-технической библиотеки в рамках информационно-консалтинговой поддержки научно-исследовательской деятельности.

Тема 17. Информационно-консалтинговая поддержка бизнеса и предпринимательства

Информационно-консалтинговые услуги библиотеки в области поддержки бизнеса и предпринимательства.

Исходные источники для информационно-консалтинговой поддержки бизнеса и предпринимательства, критерии их отбора. Условия эффективной работы консультанта с источниками. Характеристика групп источников информационно-консалтинговой поддержки бизнеса и предпринимательства.

Классификация онлайн-ресурсов для бизнеса (3 группы). Системы мониторинга и контент-анализа. Экстракторы объектов, событий и фактов. Системы управления знаниями. Специализированные системы. Особенности ресурсов «видимого» и «невидимого» Интернет. Инструменты и сервисы

конкурентной разведки в Интернет. «Темные схемы» получения информации (инсайдеры, анализ отходов, взлом баз данных, шпионаж).

Методы обработки информации для бизнеса и предпринимательства. Опыт библиотек Республики Беларусь по информационно-консалтинговой поддержке бизнеса и предпринимательства.

Тема 18. Информационно-консалтинговая поддержка инновационной деятельности

Цели участия библиотеки в управлении знанием, научно-техническом развитии и инновационной деятельности. Функции библиотеки в информационно-консалтинговой поддержке инновационной деятельности.

Этапы инновационного процесса: фундаментальные исследования, прикладные исследования, опытно-конструкторские разработки, исследование производства нового изделия. Потребность в информации в процессе принятия решения об инновации и в процессах производства, реализации инновационных проектов. Специфика формирования баз данных для этапов инновационного процесса. Принцип 3В в информационно-консалтинговой поддержке инновационной деятельности.

Участие библиотеки в модерировании отношений в сфере интеллектуальной собственности. Деятельность Республиканской научно-технической библиотеки и Центров поддержки технологий и инноваций по консалтингу в отношении интеллектуальной собственности.

Тема 19. Информационно-консалтинговое обеспечение социально-культурной сферы

Понятие и структура социально-культурной сферы.

Аспекты информационно-консалтингового обеспечения социально-культурной сферы: предоставление информации, консультационные услуги, аналитическая и методическая поддержка, повышение квалификации специалистов. Эффективные организационные изменения как ключевое содержание консалтинга в социально-культурной сфере. Направления изменений в организации социально-культурной сферы. Предлагаемые услуги со стороны консультантов для поддержки и развития предприятий социально-культурной сферы. Элементы оптимальной системы управления любой отраслью социально-культурной сферы.

Социально-культурное программирование как форма консалтинга в социально-культурной сфере. Алгоритм социально-культурного программирования. Информационная база программных решений.

Тема 20. Качество консультационных услуг и их оценка

Критерии результативности для консультационной организации. Прямые и косвенные результаты совместной деятельности консультанта и клиента, их количественные и качественные показатели.

Условия достижения качества консультационной услуги. Ключевые элементы, определяющие качество консультирования: задача, консультант, заказчик. Сущность формального описания качества консультационной услуги с использованием модели SERVQUAL. Показатели качества консультационных услуг по А. Парасураману, В. Зейтамлю и Л. Бери, концепции «нейтральных зон» Ч. Бернарда, классификатору Е. Кедотт и Н. Терджен, группы характеристик качества И. Кано. Политика консультирования в области качества по 10019-2005.

Причины отсутствия качества консультационных услуг. Возможности улучшения качества консультационных услуг.

Отчетность о результатах консультирования как показатель качества.

Тема 21. Этические стандарты и принципы информационно-консалтинговой деятельности

Этические стандарты консультанта (моральный императив, конфликты интересов, конфиденциальность клиента, прозрачность и полное раскрытие информации, профессиональная компетентность и непрерывное обучение, социальная ответственность, баланс интересов клиента и общественного блага). Проблемы «серой зоны» в этике информационного консалтинга.

Принципы этического поведения консультантов. Понимание конфликтов интересов. Этические рамки принятия решений: утилитаризм, деонтология, добросовестная этика, этика, основанная на правах человека, принципизм, казуистика. Непрерывное обучение и профессиональное развитие как составляющая этичного поведения консультанта. Понятие сервисной культуры. Принципы этики взаимодействия консультанта с другими консультантами.

Основные положения этического кодекса поведения консультанта. Неэтичные действия консультанта.

2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Рабочие материалы к семинарам*

Семинар 1. Предпосылки и закономерности появления информационно-консалтинговой деятельности

Вопросы для обсуждения:

1. Вклад первых профессиональных консультантов в развитие консалтинга (Ф. Тейлор, Э. Буз, Д. О. МакКинси и др.).
2. Развитие консалтинговой деятельности в США и странах Западной Европы.
3. Особенности развития управленческого и информационного консалтинга в СССР.
4. Особенности построения информационно-консалтинговой деятельности на современном этапе.
5. Основные тенденции развития информационно-консалтинговых услуг в ближайшие годы.

Литература для подготовки к семинарскому занятию:

1. Ананьева, Т. Н. Информационный консалтинг : учеб. пособие / Т. Н. Ананьева, А. И. Ткалич. – Москва, 2006. – С. 26–37.
2. Григорьев, А. Ю. Консалтинг. История формирования и развития в период пандемии / А. Ю. Григорьев, С. А. Мусиенко // Modern Science. – 2021. – № 2–2. – С. 77–80.
3. Жуков, В. А. Современные тенденции развития рынка консалтинговых услуг / В. А. Жуков // Вестник университета. – 2017. – № 11. – С. 91–99.
4. Савельев, И. И. Консалтинг: современное состояние и особенности / И. И. Савельев, Н. В. Абдуллаев, Д. В. Виноградов // Вестник Академии. – 2019. – № 58. – С. 74–87.
5. Соснина, Т. В. История возникновения и развития консалтинга / Т. В. Соснина // Управление образованием: теория и практика. – 2013. – № 2 (10). – С. 129–144.
6. Юрова, Н. В. Тенденции развития международного рынка консалтинговых услуг / Н. В. Юрова, Д. И. Чалевич // Беларусь и мировые экономические процессы : сб. науч. ст. – Вып. 12. – Минск, 2015. – С. 109–118.

* При подготовке к семинарам студенты могут обращаться к другим профильным источникам, самостоятельно подбирать источники информации для подготовки по заявленным вопросам семинара

Семинар 2. Типология консультирования и консультационных услуг

Вопросы для обсуждения:

1. Авторские классификации консультирования и консультационных услуг (Р. Джадда, Т. Хилл, К. Лавлок, А. Пригожин и др.).
2. Консультационные услуги в «Европейском справочнике-указателе консультантов по управлению».
3. Особенности методологической классификации консультационных услуг.
4. Особенности попредметной классификации консультационных услуг.

Литература для подготовки к семинарскому занятию:

1. Блюмин, А. М. Информационный консалтинг. Теория и практика консультирования : учебник / А. М. Блюмин ; Ин-т гос. упр., права и инновационных технологий. – Москва : Дашков и К, 2023. – С. 24–41.
2. Иванова, О. А. Рынок консалтинговых услуг: основные подходы к классификации / О. А. Иванова // Социальная политика и социология. – 2017. – Т. 16. – № 4. – С. 25–32.
3. Коляда, Н. Я. Понятие и классификация консалтинговых услуг как вида предпринимательской деятельности / Н. Я. Коляда // Инновационная наука. – 2021. – № 10–1. – С. 29–32.
4. Коротков, С. Г. Предметная классификация консалтинговых услуг / С. Г. Коротков // Научные достижения: теория, методология, практика. – 2021. – С. 85–93.
5. Осипов, Т. В. Консалтинг в современной экономике / Т. В. Осипов // Научные междисциплинарные исследования. – 2020. – № 5. – С. 123–126.
6. Панарин, А. А. К вопросу о типологии бизнес-консалтинговых услуг в условиях цифровой трансформации / А. А. Панарин, Е. В. Глухова // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2023. – № 2. – С. 70–75.
3. Ткалич, А. И. Консалтинг в социокультурном сервисе : учеб. пособие / А. И. Ткалич. – Москва : Директ-Медиа, 2021. – С. 38–51.

Семинар 3. Компоненты, принципы и функции информационно-консалтинговой деятельности (с использованием методика «Метаплан»)

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие «информационная потребность» в контексте информационного консалтинга.
2. Принципы консалтинговой деятельности.
3. Функции информационного консалтинга.

Ход семинара:

1. Студенты группы кратко (около 20 предложений) записывают ответы на все вопросы на цветной бумаге. Каждому вопросу и ответу соответствует определенный цвет бумаги. При подготовке ответа пользоваться литературой и конспектом запрещено.

2. Группа разделяется на 3 подгруппы, каждой подгруппе выделяется один вопрос и передаются все ответы студентов на него.

3. Полученный материал подгруппами коллективно анализируется и обобщается, формируется коллективный ответ на вопрос.

4. Представитель подгруппы доводит ответ на вопрос группе и преподавателю.

Литература для подготовки к семинарскому занятию:

1. Ананьева, Т. Н. Информационный консалтинг : учеб. пособие / Т. Н. Ананьева, А. И. Ткалич. – Москва, 2006. – С. 42–45; 49–52.
2. Блюмин, А. М. Информационный консалтинг. Теория и практика консультирования : учебник / А. М. Блюмин ; Ин-т гос. упр., права и инновационных технологий. – Москва : Дашков и К, 2023. – С. 71–77.
3. Коростелева, А. М. Принципы оказания услуг бизнес-консалтинга /А. М. Коростелева // Трибуна ученого. – 2020. – № 6. – С. 505–508.

Семинар 4. Методический инструментарий информационного консалтинга (в форме защиты презентаций)

Семинар проходит в форме защиты презентаций по группам методов и инструментов информационного консалтинга. Тема презентации может быть выбрана из предложенного ниже списка или определена самостоятельно в рамках тематики семинара. Возможна работа группы из 2–3 студентов над одной темой.

Примерные темы презентаций:

1. Методы сбора данных в информационном консалтинге (интервью, опросы и анкеты, наблюдение и др.)
2. Методы анализа данных в информационном консалтинге (SWOT-анализ, PESTLE-анализ и др.)
3. Инструменты визуализации данных в информационной аналитике (Tableau, Power BI, QlikView, графические редакторы и др.)
4. Методы оценки и мониторинга в информационной аналитике (в частности, KPI (Key Performance Indicators))
5. Инструменты управления изменениями (ADKAR, Kotter и др.)

Требования к презентации: формат файла ppt, pptx; количество слайдов – до 20; первый слайд – название работы, ФИО студента(ов); второй слайд – содержание и структура презентации; далее – слайды по содержанию. Способ изложения материала: максимальная информативность, визуальность.

Литература для подготовки к семинарскому занятию:

1. Ананьева, Т. Н. Информационный консалтинг : учеб. пособие / Т. Н. Ананьева, А. И. Ткалич. – Москва, 2006. – С. 45–49.
2. Методы управленческого консалтинга // SF Education : сайт. – URL: <https://blog.sf.education/metody-upravlencheskogo-konsaltinga/>
3. Старшинова, Т. А. SWOT-анализ: методика проведения / Т. А. Старшинова, Н. И. Роговская // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2020. – № 4. – С. 62–71.
4. Токмакова, Н. О. Основы управленческого консультирования : учеб.-практ. пособие / Н. О. Токмакова. – Москва, 2006. – С. 32–43.
5. Шаго, Е. В. Консалтинг в сфере посреднических услуг / Е. В. Шаго // Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. – 2006. – № 3. – С. 105–111.

Рабочие материалы к практическим занятиям

Практическое занятие 1. Проект создания информационно-консалтинговой службы

Цель: закрепить знания об особенностях организации деятельности информационно-консалтинговой службы.

Задание: проектным способом проработать возможные проблемы и действия, которые связаны с созданием информационно-консалтинговой службы.

Методика выполнения:

1. Студенты группы делятся на две подгруппы, каждая подгруппа представляет, что решила создать свою собственную информационно-консалтинговую службу (фирму, компанию). Необходимо обсудить следующие вопросы:

На какой рынок (рынки) мы могли бы выйти?

Каково наше видение перспективы этой службы?

Как могли бы сорганизоваться?

Как должны изменить свое поведение, чтобы действовать эффективно?

2. Отобразите полученную информацию на больших листах, распределив основные вопросы по четырем группам:

– потенциальный рынок

– миссия службы

– возможная организация деятельности

– как нам надо изменить свое поведение, чтобы действовать на рынке.

Справочно:

Определение рынка

Определить рынок возможно с помощью программы структурированных интервью с целью определения потенциальных покупателей ваших услуг. Для этих целей определяются ключевые фигуры, принимающие решения в клиентной организации (существующие и потенциальные клиенты), планируются интервью – четкие, продуманные и взаимосвязанные вопросы. Например, «Какие основные проекты вы будете осуществлять в ближайшие 12 месяцев?», «Требуется ли вам помощь извне (консультации) и в чем?», «С какими основными проблемами сталкивается организация?». Также рекомендуется продумать, как вы будете реагировать в различных ситуациях, например, когда по отношению к вам проявляется враждебность. В результате интервьюирования возможно оценить природу открывающихся возможностей и вероятного спроса, выявить интерес и преданность идее проекта со стороны клиента, составить программу оказания

потенциальных услуг, основанную на нуждах клиентной организации.

Определение круга предоставляемых услуг

При определении круга предоставляемых услуг рекомендуется:

- установить очень высокий уровень предоставляемых услуг
- рассмотреть предложения конкурентов
- разобраться, какой «товар» предлагают ваши конкуренты
- поговорить с теми, кто покупает подобные услуги (чтобы понять, по

каким критериям они выбирают поставщиков консультационных услуг, и каков их опыт в использовании услуг ваших конкурентов)

– определить преимущества (или уникальную особенность, USP – Unique Selling Point) услуг. Преимущества должны быть выражены в терминах конкретных результатов, а не характеристик услуг.

Проверка навыков

Эта процедура предполагает тщательную оценку соответствия между существующими навыками и навыками, которые необходимы для предоставления заявленных услуг. Необходимо определить пробелы, оценить, окупятся ли в будущем те вложения, которые сейчас необходимо сделать в обучение (чтобы заполнить эти пробелы).

Выработка принципов предоставления услуг

Определите принципы, которым вы должны следовать, чтобы эффективно предоставлять услуги. Убедитесь, что эти принципы согласуются с кодексом профессиональной деятельности. Принципы могли бы включать, например: профессиональные стандарты; обязательство обращаться с внутренними клиентами так же, как мы бы обращались с внешними клиентами; учет времени; соглашение о контракте с клиентом до начала работ и др. Проверьте, способны ли вы следовать принципам, которые для себя определили, т. е. знаете ли вы, как это делать и есть ли у вас для этого в наличии соответствующие механизмы.

Бюджет и расходы

Оцените «по максимуму» стоимость предоставления услуг, включая, например, ресурсы, которые требуются для создания и оказания услуг, стоимость маркетинга и рекламы, стоимость обучения, транспортные расходы.

Создание системы услуг и их апробация при работе с клиентами

Оптимальной является создание системы услуг, разработанных не более, чем на две трети. Параллельно возможно осуществление маркетинга услуг и поиска первых контрактов, так как при выполнении контрактов услуги пересматриваются, уточняются и отрабатываются. Со временем вы получаете полностью разработанную систему услуг, ориентированную на реальные проблемы клиентов.

Дополнительно рекомендуется ознакомиться с кейсом 1, размещенным в Разделе 4.

Форма контроля: схема проекта.

Практическое занятие 2. Оформление договора на оказание консалтинговых услуг (в форме деловой игры)

Цель: освоить структуру договора на оказание консалтинговых услуг, научиться вести переговоры и понимать позицию обеих сторон при оформлении договорных отношений.

Задание: провести деловую игру, в которой студенты выступают в роли заказчиков и консультантов, обсуждая условия договора и пытаясь договориться о его условиях.

Методика выполнения:

Студенты группы делятся на две подгруппы: заказчики консалтинговых услуг и исполнители консалтинговых услуг (консультанты). Обе подгруппы вступают в диалог (ролевую игру) на основе детального анализа положений реального договора на оказание консалтинговых услуг (расположен по ссылке <https://drive.google.com/file/d/1QiPWm4KzqadPk2qfIvENyiSsnlZyVXhP/view?usp=sharing>). Каждая подгруппа должна предложить не менее 3 изменений в условия договора, исходя из своей позиции (заказчик или исполнитель (консультант)), и получить аргументированные согласие или отказ от второй подгруппы на изменения.

Форма контроля: обсуждение опыта и выводов по итогам деловой игры.

Практическое занятие 3. Технология процесса консультирования: кейс-стади (4 часа)

Цель: закрепить знания по технологии процесса консультирования, освоить навык анализа информации в целях вынесения решения.

Задание: на основе конкретного кейса (ситуации) предложить пути решения заявленной проблемы.

Методика выполнения:

1. Изучите ситуацию.

Ингосстрах – крупнейшая страховая компания России с разветвленной региональной сетью, являющаяся одним из лидеров страхового рынка как по объему страховой премии и сумме выплаченного страхового возмещения, так

и по основным балансовым показателям.

Ингосстрах предоставляет полный спектр страховых услуг, имеет лицензии на осуществление всех видов страхования, предусмотренных соответствующим законами, а также на перестрахование.

В Ингосстрахе был введен новый формат страхового продукта – подписка, и на наших глазах происходит трансформация программы лояльности «Ингосстрах Бонус» в экосистему Инго. Новый формат позволяет клиентам получать страховые продукты, а также дополнительные экосистемные предложения в сегментах «здоровье», «автомобиль» и «дом» с большими скидками и в эксклюзивном варианте. При этом платная подписка – это нововведение не только для Ингосстраха, но и для страховой отрасли в целом.

Молодежный сегмент уже часто пользуется платными подписками. В то же время сегодня он недостаточно охвачен страховыми продуктами. Для Ингосстраха молодежь – будущие клиенты, с которыми имеет смысл начать взаимодействие как можно раньше. Люди постарше, которые покупают страховки, не всегда пользуются подписками и могут не видеть смысла в экосистеме страховой компании.

Необходимо определить, какова целевая аудитория такого предложения и как вовлечь клиентов в подписочные сервисы.

2. Изучить экосистему Инго (ingo.ru).

3. Проанализировать конкурентов.

Выберите не менее трех белорусских и российских страховых компаний для анализа. Для каждой из компаний рассмотрите следующие пункты:

1) краткое описание компании (или раздела страхования компании);

2) информация о существующей программе лояльности, экосистеме и других способах удержания клиентов. Необходимо описать конкретные способы;

3) сильные и слабые стороны;

4) применяемые способы продвижения (реклама, сотрудничество с другими компаниями/агрегаторами и др.);

5) восприятие программы лояльности/экосистемы и других способов удержания клиентов (личное восприятие команд – вызывает доверие или нет);

6) анализ интерфейса сайта (визуальное оформление, удобство использования сайта).

Заполните таблицу.

Название компании	Ссылка на сайт	Полученные инсайты (какие ключевые мысли стоит взять на заметку)	Дополнительные комментарии

4. Предложить, как можно заинтересовать аудиторию в использовании экосистемы, выделиться среди конкурентов на рынке и продвигать сервис подписок.

Необходимо сформулировать гипотезы, которые станут базой плана продвижения экосистемы Инго*. Продвижение в данном случае заключается не только в рекламе сервиса, но и в его изменении. Необходимо подготовить не менее пяти гипотез и внести их в таблицу.

Проблема, выявленная на этапе анализа	Почему команда считает это проблемой? Какая аргументация?	Гипотеза: как решить проблему (изменить, добавить, задействовать и др.)	Краткое описание гипотезы

* Упускается необходимый!!! процесс проведения глубинных интервью (опросов) с представителями целевого сегмента и подтверждение/опровержение выдвинутых ранее гипотез ввиду отсутствия реальной возможности его выполнения.

5. Презентовать свое решение с привлечением иллюстративного материала, инфографики.

Форма контроля: презентация.

Практическое занятие 4. Онлайн-платформы для коллаборации и обсуждений

Цель: закрепить знания о возможностях онлайн-платформ для коллаборации и обсуждений в целях осуществления экспертной деятельности.

Задание: организовать онлайн-обсуждение актуальной проблемы на базе онлайн-платформы (на выбор).

Методика выполнения:

Онлайн-платформы для коллаборации и обсуждений позволяют организовывать экспертные дискуссии и консультации, способствуют вовлечению внешних специалистов в экспертную деятельность библиотек.

1. Выберите группой одну из онлайн-платформ для коллаборации и обсуждений.

Slack – облачный мессенджер, который удобен для обмена сообщениями, файлами, создания групповых чатов.

Trello – бесплатная платформа для управления проектами, которая позволяет создавать доски задач, назначать ответственных, контролировать выполнение задач и взаимодействовать с командой.

Google Документы, Google Календарь и Google Таблицы – позволяют

эффективно работать над общими документами, планировать задачи и делиться информацией в режиме реального времени.

Zoom, Microsoft Teams – обладают большим набором возможностей для проведения онлайн-собраний, общения с коллегами и совместной работы

Arrear In – позволяет создавать переговорную комнату и приглашать участников видеоконференции, просто отправив ссылку.

ConceptBoard – онлайн-доска, где можно добавлять стикеры, изображения и комментарии к ним в реальном времени, позволяет обсуждать идеи и визуальные концепции и проводить мозговые штурмы онлайн.

Coggle – сервис для совместной и одновременной работы над майндкартами.

2. Выберите группой актуальную проблему, которую предстоит обсудить:

– Влияние технологий искусственного интеллекта на развитие библиотек

– Библиографическая деятельность библиотек в цифровую эпоху

– Медиабезопасность пользователей библиотек

3. В режиме реального времени не менее 10 минут обсудите проблему, возможность кратко высказаться должна быть у каждого.

4. Визуализируйте полученное решение с использованием инструментов онлайн-платформы для коллаборации и обсуждений.

Форма контроля: визуализированное экспертное решение проблемы.

Практическое занятие 5. Поддержка ведения электронного документооборота в организации

Цель: закрепить знания о возможностях библиотеки в информационно-консалтинговой поддержке документационного обеспечения управления.

Задание: разработать информационные материалы о важности и возможностях ведения электронного документооборота в организации.

Методика выполнения:

1. Изучите нормативные и методические документы Республики Беларусь по электронному документообороту:

– Закон Республики Беларусь «Об электронном документе и электронной цифровой подписи» от 28 декабря 2009 г. № 113-З и Закон Республики Беларусь «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Беларусь «Об электронном документе и электронной цифровой подписи» от 8 ноября 2018 г. № 143-З

– Указ Президента Республики Беларусь от 31 мая 2022 г. № 188 «О

расширении использования государственными организациями информационно-коммуникационных технологий»

– Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 20 июля 2010 г. № 1086 «Об утверждении Положения о порядке удостоверения формы внешнего представления электронного документа на бумажном носителе».

– Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22 мая 2019 г. № 324 «Об изменении Постановления Совета Министров Республики Беларусь от 22 мая 2019 г. № 1086»

– Инструкция о порядке работы с электронными документами в государственных органах, иных организациях // Постановление Министерства юстиции Республики Беларусь от 06.02.2019 № 19 и Постановление Министерства юстиции Республики Беларусь от 30 августа 2022 г. № 117 (изменения и дополнения)

– Правила работы с документами в электронном виде в архивах государственных органов, иных организаций // Постановление Министерства юстиции Республики Беларусь от 06.02.2019 № 20 и Постановление Министерства юстиции Республики Беларусь от 30 августа 2022 г. № 116 (изменения и дополнения)

– Инструкция по делопроизводству в государственных органах, иных организациях // Постановление Министерства юстиции Республики Беларусь от 19 января 2009 года № 4 и Постановление Министерства юстиции Республики Беларусь от 30 августа 2022 г. № 113 (изменения и дополнения)

– Методические рекомендации по включению документов в электронном виде, электронных документов и информационных ресурсов в номенклатуры дел государственных органов и иных организаций // Приказ директора Департамента по архивам и делопроизводству Министерства юстиции Республики Беларусь от 29.12.2017 № 56

– Методические рекомендации по проведению экспертизы ценности документов в электронном виде, электронных документов и информационных ресурсов в государственных органах, иных организациях // Приказ директора Департамента по архивам и делопроизводству Министерства юстиции Республики Беларусь от 29.12.2020 № 47

– Методические рекомендации по работе с информационными ресурсами в организациях Республики Беларусь // Приказ директора Департамента по архивам и делопроизводству Министерства юстиции Республики Беларусь от 06.08.2013 № 40

– Методические рекомендации по переходу на электронный документооборот в государственном управлении Республики Беларусь // Приказ директора Департамента по архивам и делопроизводству Министерства юстиции Республики Беларусь от 30.06.2014 № 33

– Методические рекомендации по выбору автоматизированных систем документационного обеспечения управления (ведомственных систем электронного документооборота) в государственных органах, иных организациях // Приказ директора Департамента по архивам и делопроизводству Министерства юстиции Республики Беларусь от 28.11.2019 № 40

2. Подготовьте презентацию для сотрудников организации (любой) о важности и возможностях ведения, алгоритмах электронного документооборота.

Форма контроля: презентация, обсуждение по итогам выполнения практической работы.

Практическое занятие 6. Информационно-консалтинговая поддержка научно-исследовательской деятельности

Цель: закрепить знания о возможностях библиотеки в информационно-консалтинговой поддержке научно-исследовательской деятельности, развить навыки анализа и представления данных.

Задание: сформировать оптимальный перечень продуктов и услуг библиотек в информационно-консалтинговой поддержке научно-исследовательской деятельности.

Методика выполнения:

1. Выберите для анализа 2–3 библиотеки:

– Центральная научная библиотека имени Якуба Коласа Национальной академии наук Беларуси

– Фундаментальная библиотека Белорусского государственного университета

– Научная библиотека Белорусского национального технического университета

– Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской академии наук

– Научная библиотека имени М. Горького Санкт-Петербургского университета

– Princeton University Library

– Columbia University Libraries

– свой вариант.

2. Найдите на сайтах выбранных библиотек разделы, организованные в помощь научно-исследовательской деятельности.

3. Соберите максимально полные данные об услугах и продуктах

библиотек в помощь научно-исследовательской деятельности, выпишите их в заранее сформированную таблицу с указанием названия услуги/продукта и его спецификацией.

4. Проведите сравнительный анализ опыта поддержки научно-исследовательской деятельности выбранными библиотеками.

5. На основе изученного опыта и собственного видения сформируйте свои предложения по возможностям библиотек в информационно-консалтинговой поддержке научно-исследовательской деятельности (с высокой степенью конкретизации соответствующих продуктов и услуг).

Форма контроля: перечень продуктов и услуг библиотек в информационно-консалтинговой поддержке научно-исследовательской деятельности, обсуждение по итогам выполнения практической работы.

Практическое занятие 7. Планирование мероприятий для информационно-консалтинговой поддержке бизнеса и предпринимательства

Цель: закрепить знания о возможностях библиотеки в информационно-консалтинговой поддержке бизнеса и предпринимательства, развить навыки планирования.

Задание: разработать план мероприятий библиотеки в целях реализации ее возможностей в информационно-консалтинговой поддержке бизнеса и предпринимательства.

Методика выполнения:

1. Изучите внимательно теоретический материал по теме «Информационно-консалтинговая поддержка бизнеса и предпринимательства».

2. Разработайте план мероприятий библиотеки для малых и средних предприятий, направленных на информационное обеспечение их деятельности, разъясняющих, как можно использовать библиотечные ресурсы и услуги для целей бизнеса.

В план включите не менее 5 разнообразных форм мероприятий (мастер-классы, семинары, консультации, выставки и др.) с указанием их названий и кратким сценарием проведения.

Форма контроля: план мероприятий, обсуждение по итогам выполнения практической работы.

Практическое занятие 8. Банк данных (картотека) наблюдений для инновационного сектора региона

Цель: освоить умение создавать и управлять банками данных (картотеками) наблюдений для инновационного сектора, развить навыки анализа данных.

Задание: создать банк данных (картотеку) наблюдений для конкретного предприятия региона для принятия решений о возможностях и направлениях его инновационного развития.

Методика выполнения:

Для одного из крупных предприятий региона (области, района) определите:

1. Основные тенденции развития соответствующей отрасли деятельности предприятия в Республике Беларусь и в 2–3 зарубежных странах (развитие экономики, группы потребителей, основные направления потребления товаров отрасли, динамика вкусов и т. д.).

2. Технологический процесс в отношении продукции предприятия (сырье, производственные технологии, окружающая среда, достижения науки).

3. Действующие лица предприятия (акционеры, объединения с другими предприятиями, их поглощение, бюджет НИОКР, потенциальные конкуренты, их кадровые изменения, торговый оборот).

4. Возможные направления диверсификации (наблюдения за возможными отраслями применения).

5. Какие изделия имеются на рынке, что объявляют конкуренты о новых товарах, над чем работают их конструкторские и исследовательские организации, благоприятно ли законодательство для отрасли деятельности предприятия.

По каждому пункту подготовьте ссылки на 2–3 основных источника информации, по которым можно будет отслеживать динамику для формирования долгосрочного наблюдения за деятельностью предприятия, инновационным сектором региона.

Форма контроля: банк данных (картотека) наблюдений, обсуждение по итогам выполнения практической работы.

Практическое занятие 9. Информационная база культурных мероприятий региона (4 часа)

Цель: освоить умение создавать и управлять информационными базами данных культурных мероприятий, развить навыки анализа и представления данных.

Задание: сформировать информационную базу культурных мероприятий региона для принятия решений о востребованности и конкурентоспособности собственных культурных мероприятий (имеющихся и в проекте), а также для повышения доступности информации для жителей и гостей региона.

Методика выполнения:

1. Составьте список потенциальных источников информации для формирования информационной базы по конкретному региону (области, району), включая:

- официальные сайты местных исполкомов, учреждений культуры (библиотеки, музеи, театры, выставочные залы)
- платформы для анонсов мероприятий
- социальные сети и сообщества, посвященные культуре.

2. Соберите информацию о регулярно проводимых культурных мероприятиях, включая дату, время, место, организаторов и контактные данные.

3. Определите ключевые параметры, которые нужно включить в базу данных, например: название мероприятия, дата и время, место проведения, описание, организатор, контактная информация, целевая аудитория (например, для детей, молодежи, взрослых) и др.

4. Определите, какой инструмент будете использовать для создания базы данных (Microsoft Excel, Google Sheets, Access, специализированные базы данных).

5. Наполните базу данных не менее 10 культурными мероприятиями, регулярно проводимыми в регионе.

6. Подготовьте отчет о культурных мероприятиях региона, включая графики и таблицы для наглядности.

Форма контроля: информационная база, отчет с визуализацией, обсуждение по итогам выполнения практической работы.

3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Методические указания к самостоятельной работе студентов (СРС)

Тематика рефератов для СРС:

1. Консультирование как процесс, как экспертиза, как услуга, как метод.
2. Связь информационного консалтинга с различными областями научного знания.
3. Типология консультирования и консультационных услуг.
4. Особенности профессиональной подготовки консультантов за рубежом, в России и в Республике Беларусь.
5. Основные элементы рынка консалтинговых услуг.
6. Свойства информационно-консалтинговой услуги.
7. Значение информационного ресурса в консалтинге.
8. Специфика консультирования по информационным технологиям.
9. Задачи библиотек как экспертов в информационном пространстве.
10. Этические стандарты консалтинговой деятельности.

Требования к содержанию и оформлению реферата:

Реферат представляет собой самостоятельную письменную работу студента. Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Реферат содержит следующие разделы:

1. Введение.
2. Основная часть.
3. Заключение.
4. Литература (список использованных источников).

Во введении автор указывает на актуальность темы, приводит ее обоснование. В основной части кратко и лаконично излагается теоретический аспект реферируемой проблемы. Аргументируется свой личный взгляд по рассматриваемой проблеме. В заключении автор обобщает положения, высказанные во введении и основной части, делает выводы.

Список использованных источников оформляется по алфавиту, список должен содержать не менее 10 публикаций за последние 5 лет.

Объем реферата – 7–10 страниц машиночитаемого текста формата А4. Текст набирается шрифтом Times New Roman, кегль 14, интервал 1,5, без переносов, выравнивание всего текста по ширине страницы, абзацный отступ 1,25.

Методические указания к контролируемой самостоятельной работе (КСР)

КСР 1. Терминология информационного консалтинга

Цель работы: усвоить базовые и смежные понятия учебной дисциплины «Информационный консалтинг».

Практическое задание: дать определения предложенным понятиям, используя ресурсы интернет и собственные знания. Заполнить таблицу:

Понятие (термин)	Определение понятия (термина)

Термины (понятия): агенты изменений, анкета, валидность, выборка, достоверность, кейс-стади, коучинг, конкуренция, конкурентный лист, консалтинг, консультационная услуга, консультация, коэффициент стратегической информированности, коэффициент стратегического обучения, метод инцидентов, мониторинг, mystery shopping, показатели опережающей оценки, репрезентативность, синергия

Форма контроля КРС: заполненная таблица.

КСР 2. Работа консультанта в процессе коммуникации с клиентом

Цель работы: понимать ключевые характеристики консультанта в процессе коммуникации с клиентом (подача предложений, уточнение данных, представление готового продукта и др.).

Практическое задание: распределите указанные ниже характеристики по столбцам таблицы:

Плохой консультант	Хороший консультант

Характеристики:

- Больше говорит, чем слушает
- Во время своего выступления перед руководителем или сотрудниками фирмы строго придерживается заранее заготовленного текста
- Всегда готов встретиться лично с клиентом
- Всегда задает вопросы «в лоб»
- Высказывает свои суждения в безапелляционной форме

- Высказывает суждения в вопросительной форме, интересуется мнением клиента о них
- Говорит о своих достижениях и старается на этой основе доказать, что именно он лучше других сможет решить данную проблему
- Говорит о тех положительных результатах, к которым приведет решение проблемы
 - Говорит только о самой проблеме
 - Задает вопросы и высказывает суждения, которые показывают знание им ключевой терминологии, фактов, цифр или событий, связанных с деятельностью в данной сфере
- Изучает предварительно факты, связанные с деятельностью клиентской фирмы
- Интересуется не только фирмой в целом, но и личным положением клиента в ней, суждениями о ее проблемах
- Интересуется суждениями клиента и вспоминает о них в нужный момент
 - Не боится высказывать рискованные идеи
 - Не запоминает высказываний и комментариев клиента
 - Не интересуется ролью клиента в фирме
 - Не реагирует на возражения или реагирует формально
 - Осторожен в высказывании новых идей
 - Отвечает на возражения по существу
 - Охотно отвечает на все вопросы, возникающие по ходу дела, даже если они прерывают его заранее заготовленную речь
- Подает предложения в специально подготовленной для этого форме
- Подает предложения в форме, близкой к стандартным рекламным буклетам
 - Предлагает несколько вариантов организации консультационной работы, помощь в определении их преимуществ и недостатков и предоставляет право выбора (разовые консультации, консалтинговый проект, абонентное обслуживание и т. д.)
- Предлагает только один вариант организации консультационной работы
 - Предпочитает письменное общение
 - Прямо сообщает о своем опыте работы в данной отрасли или в решении данной проблемы
 - Спрашивает о тех фактах и ситуациях, о которых он мог бы узнать предварительно
 - Старается избежать «любых» вопросов, если они могут поставить в неловкое положение (вместо вопроса: «Что у вас не в порядке?» – «На что у

вас не хватает времени?»)

- Стараются помочь с самого начала, высказывая новые идеи и давая практические советы, т. е. ведет себя так, как будто фирма уже является его клиентом

- Умеет выслушать, но не устраивает при этом допроса

Форма контроля: заполненная таблица.

КСР 3. Рынок консалтинговых услуг в Республике Беларусь

Цель работы: углубить знания о деятельности крупнейших консалтинговых компаний, работающих на территории Республики Беларусь.

Практическое задание: для каждой из компаний из списка ниже сформировать карточку, в которой отразить: название, краткую историю, перечень оказываемых консалтинговых услуг.

- группа компаний «ИМП–Консалт»

- консалтинговый центр «БКЦ»

- консалтинговая группа «Здесь и сейчас»

Форма контроля: карточки консалтинговых компаний.

КСР 4. Библиотеки как консалтинговые центры

Цель работы: развить и углубить понимание возможностей библиотек как консалтинговых центров.

Практическое задание: подготовить эссе (самостоятельное рассуждение) по теме: «Библиотеки как консалтинговые центры».

Требования к эссе:

- логичное, последовательное и доказательное обоснование авторской позиции по рассматриваемой теме, основанное и подтверждаемое ссылками на документальные источники и авторов публикаций;

- многоаспектное освещение рассматриваемой темы;

- реферативно-аналитическая форма изложения материала;

- использование научной лексики и элементов художественного стиля, недопустима бытовая лексика и бытовой стиль изложения;

- наличие списка использованных источников.

В эссе допускается эпиграф. Эссе должно быть в напечатанном варианте на белых листах формата А-4, объем – до 5 страниц. Эссе не предусматривает плана, но могут быть выделены такие структурные элементы как введение и заключение.

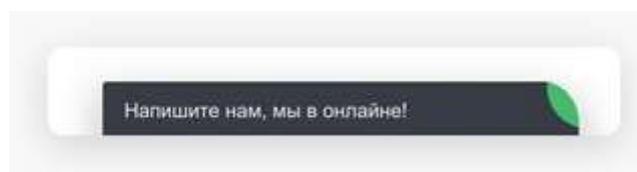
Форма контроля: эссе.

КСР 5. Возможности сервисов онлайн-консультаций

Цель работы: закрепить теоретические знания по теме и изучить возможности использования сервисов онлайн-консультаций.

Практическое задание: проанализировать и оценить сервисы онлайн-консультаций, представленные на рынке.

Онлайн-консультант – это специальный виджет, который устанавливается на сайт для оперативного общения пользователя со специалистом. Возможность начать беседу с консультантом можно увидеть по специальной значке внизу экрана, обычно он располагается в правом углу. У JivoSite, например, это выглядит так:



Аргументы в пользу установки онлайн-консультанта на сайт (библиотеки, консультируемой организации для повышения эффективности ее деятельности и др.):

- увеличение конверсии (поможет поднять продажи и улучшить поведенческие факторы в целом, так как не все пользователи любят звонить, некоторым психологически проще обсудить вопросы в письменном виде);
- оперативность (пользователь сможет решить свой вопрос в короткие сроки, при этом не отвлекаясь от рабочего процесса);
- доверие (онлайн-консультант – отличная возможность обзавестись лояльными клиентами и получить положительные отзывы);
- наличие статистики (виджет может анализировать работу консультантов, получить оценку от пользователя, собрать информацию о действиях покупателя на сайте и т. д.).

Для выполнения практической работы необходимо изучить особенности работы в не менее трех сервисах онлайн-консультаций и сделать вывод об удобстве, возможностях и недостатках их использования в работе специалиста, заинтересованного в эффективной консультационной коммуникации с пользователями.

Сервисы для анализа:

- Jivo (JivoSite)
- MANGO Chat
- StreamWood
- Chatra
- Webconsult

Форма контроля: письменный отчет по результатам анализа.

КСР 6. Разработка этического кодекса консультанта

Цель работы: научиться формулировать этические принципы, которые будут направлять деятельность консалтинговой службы или компании.

Практическое задание: разработать собственный этический кодекс для гипотетической консалтинговой службы.

В кодексе отразить минимум 3 пункта по каждому из разделов:

- Ценности
- основополагающие принципы и ключевые правила профессионального поведения
- Взаимодействие с профессиональным сообществом
- Взаимодействие консультантов внутри консалтинговой службы
- Взаимодействие с клиентами
- Взаимодействие с государством
- Взаимодействие с конкурентами

Форма контроля: текст этического кодекса.

Вопросы к экзамену

1. Понятие, цель и задачи консалтинга и информационного консалтинга.
2. Консультирование как процесс, как экспертиза, как услуга, как метод.
3. Внутреннее и внешнее консультирование: преимущества, недостатки.
4. Связь информационного консалтинга с различными областями научного знания.
5. Зарождение и становление консалтинга как вида профессиональной деятельности.
6. Особенности развития управленческого и информационного консалтинга в СССР.
7. Особенности построения информационно-консалтинговой деятельности на современном этапе.
8. Классификация консультационных услуг.
9. Формы оказания консультационных услуг, подходы к их реализации.
10. Ключевые функциональные компоненты информационно-консалтинговой деятельности.
11. Информационная потребность как сущностный компонент информационно-консалтинговой деятельности.
12. Общие и специфические принципы, на которых строится деятельность специалиста, занимающегося информационным консалтингом.
13. Функции информационного консалтинга
14. Понятие метода консультирования, общие и специальные методы консультирования.
15. Инструментарий информационного консалтинга.
16. Методы анализа внешней и внутренней среды организации клиента.
17. Профессиональное развитие консультанта, его качества, способности и навыки.
18. Основные элементы рынка консалтинговых услуг.
19. Особенности белорусского рынка консалтинговых услуг, его сегментация.
20. Особенности консультационной деятельности в подразделениях библиотек.
21. Перспективы информационно-консалтинговой деятельности библиотек.
22. Цель и основные задачи создания информационно-консалтинговой службы на предприятиях.
23. Документационное обеспечение консалтинговых услуг.
24. Свойства информационно-консалтинговой услуги.
25. Стадии маркетинга консалтинговых услуг.

26. Направления деятельности библиотек в информационно-аналитическом обеспечении консалтинговой деятельности.
27. Значение информационного ресурса в консалтинге.
28. Государственные и негосударственные информационные системы и ресурсы в Республике Беларусь в помощь консалтинговой деятельности.
29. Современные технологии и инструменты обработки и анализа информации, используемые в консалтинговой деятельности.
30. Общая технология процесса консультирования.
31. Особенности консультирования по информационным вопросам.
32. Специфика консультирования по информационным технологиям.
33. Понятие, основные задачи и технология информационной экспертизы.
34. Современные технологии в поддержку экспертной деятельности библиотек.
35. Технологии консалтинга по оптимизации делопроизводства и организации документооборота.
36. Формы и методы работы библиотек в информационно-консалтинговой поддержке научно-исследовательской деятельности.
37. Информационно-консалтинговые услуги библиотеки в области поддержки бизнеса и предпринимательства.
38. Функции библиотеки в информационно-консалтинговой поддержке инновационной деятельности.
39. Информационно-консалтинговое обеспечение социально-культурной сферы.
40. Социально-культурное программирование как форма консалтинга в социально-культурной сфере.
41. Качество консультационных услуг и их оценка.
42. Этические стандарты и принципы информационно-консалтинговой деятельности.

4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Информационный консалтинг»

Содержание	Количество аудиторных часов			Количество часов УСП	Форма контроля знаний
	Лекции	Семинарские	Практические		
Введение	1				
Раздел 1. Теоретические аспекты информационного консалтинга					
Тема 1. Понятие, цель и задачи информационного консалтинга	1			2	устный опрос
Тема 2. Предпосылки и закономерности появления информационно-консалтинговой деятельности	2				
Тема 3. Типология консультирования и консультационных услуг	2				
Тема 4. Компоненты, принципы и функции информационно-консалтинговой деятельности	2				
Тема 5. Методический инструментарий информационного консалтинга	2				
Тема 6. Профессиональное развитие консультанта, его качества, способности и навыки		2		2	эссе
Раздел 2. Организационные аспекты информационного консалтинга					
Тема 7. Рынок консалтинговых услуг	2			2	конспект
Тема 8. Библиотеки как консалтинговые центры	2			2	эссе
Тема 9. Организация деятельности информационно-консалтинговой службы	2		2		
Тема 10. Маркетинг информационно-консалтинговых услуг библиотек		2		2	презентация

Тема 11. Информационно-аналитическое обеспечение консалтинговой деятельности	2		2		
Тема 12. Общая технология процесса консультирования	2		2	2	конспект
Тема 13. Особенности консультирования по информационным вопросам	2				
Раздел 3. Технологии информационно-консалтингового обслуживания в библиотеке					
Тема 14. Экспертная деятельность библиотек	2		2		
Тема 15. Информационно-консалтинговая поддержка документационного обеспечения управления	2		2		
Тема 16. Информационно-консалтинговая поддержка научно-исследовательской деятельности	2		2		
Тема 17. Информационно-консалтинговая поддержка бизнеса и предпринимательства	2		2		
Тема 18. Информационно-консалтинговая поддержка инновационной деятельности	2		2		
Тема 19. Информационно-консалтинговое обеспечение социально-культурной сферы	2		2		
Тема 20. Качество консультационных услуг и их оценка	2				
Тема 21. Этические стандарты и принципы информационно-консалтинговой деятельности		2		2	устный опрос
Всего:	36	6	18	14	экзамен

Рекомендуемая для изучения литература

Основная

1. Блюмин, А. М. Информационный консалтинг. Теория и практика консультирования : учебник / А. М. Блюмин ; Ин-т гос. упр., права и инновационных технологий. – Москва : Дашков и К, 2023. – 362 с. – (Учебные издания для бакалавров). <https://znanium.ru/read?id=431476>

2. Ткалич, А. И. Консалтинг в социокультурном сервисе : учеб. пособие / А. И. Ткалич. – Москва : Директ-Медиа, 2021. – 172 с. *Университетская библиотека ONLINE* https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=612127

Дополнительная

1. Брежнева, В. В. Информационное обслуживание: продукты и услуги, предоставляемые библиотеками и службами информации предприятий : учеб.-практ. пособие / В. В. Брежнева, В. А. Минкина. – Санкт-Петербург : Профессия, 2004. – С. 159–165.

2. Богдан, С. В. Основы экспертно-консультационной деятельности и социально-культурного консалтинга : учеб.-метод. пособие / С. В. Богдан, Е. В. Семенова ; Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск, 2013. – 153 с. – (Академический проект). <https://e.lanbook.com/book/177690>

3. Гордукалова, Г. Ф. Технологии анализа и синтеза профессиональной информации / Г. Ф. Гордукалова. – Санкт-Петербург : Профессия, 2015. – С. 364–425; 467–486.

4. Забелина, Н. А. Деловая библиотека как модель информационно-консалтингового центра [Электронный ресурс] / Н. А. Забелина // Библиотеки и ассоциации в меняющемся мире : V Юбилейн. Междунар. конф. «Крым–98», Судак, 6–14 июня 1998 г. – Режим доступа: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea98/doc1/doc101.html>. – Дата доступа: 29.07.2024.

5. Каптерев, А. И. Рынок консультационных услуг и библиотека / А. И. Каптерев // Научные и технические библиотеки. – 1993. – № 9. – С. 22–32.

6. Лопатина, Н. В. Информационная поддержка инновационной деятельности в регионе: возможности библиотек / Н. В. Лопатина, Ю. С. Зубов, О. П. Неретин // Научные и технические библиотеки. – 2018. – № 3. – С. 5–15.

7. Майлова, Л. М. Библиотеки и малое предпринимательство: возможности информационного обеспечения / Л. М. Майлова // Социологические исследования. – 2011. – № 8 (328). – С. 83–87.

8. Прокаева, О. Н. Специфика информационно-консалтинговой деятельности муниципальных библиотек / О. Н. Прокаева, В. М. Резонова //

Муниципалитет: экономика и управление. – 2018. – № 1 (22). – С. 32–36.
<https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-informatsionno-konsaltingovoy-deyatelnosti-munitsipalnyh-bibliotek>

9. Редькина, Н. С. Библиотечный технологический консалтинг / Н. С. Редькина // Научные и технические библиотеки. – 2006. – № 5. – С. 26–35.

10. Соснина, Т. В. История возникновения и развития консалтинга / Т. В. Соснина // Управление образованием: теория и практика. – 2013. – № 2 (10). – С. 129–144. *<https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-vozniknoveniya-i-razvitiya-konsaltinga>*.

Кейсы для выполнения практических заданий

Кейс 1

Виталий Авсеев пытается понять, как можно ускорить развитие направления управленческого консалтинга, которое он возглавляет в своей компании. Дело в том, что объектом консалтинга выбраны малые и средние фирмы, многие из которых, по его мнению, остро нуждаются в советах со стороны. Но потенциальные клиенты этого почему-то не осознают и от услуг консультантов пока упорно отказываются.

Виталий Авсеев с осени прошлого года возглавляет направление управленческого консалтинга в компании, основной деятельностью которой до сих пор были продажа и инсталляция программных продуктов фирмы 1С. Есть у компании и собственные разработки на основе 1С. Консалтинговое направление представлено ИТ-консалтингом при продаже программ.

Необходимость развивать направление управленческого консалтинга осознавалась в компании давно. Ведь он – естественная дополнительная услуга к ИТ-консалтингу. Задача была поставлена так: развивать это направление, координируя свою позицию с позицией 1С-консалтинг. Что, впрочем, не исключает самостоятельного развития данной услуги, без привязки к другим продуктам компании. До сих пор все направление состоит из одного Виталия Авсеева – еще два сотрудника присоединятся, как только появится первый клиент.

Условия для запуска нового бизнес-направления Виталий Авсеев считает благоприятными. У сотрудников отдела франчайзинга компании налажены постоянные контакты с клиентами, которые ранее приобретали продукты 1С (всего их около 4 тыс.). По мнению автора проблемы, отдел франчайзинга вполне может выступать в роли коллективного агента предлагаемой им услуги. Уже подготовлены тренинги для отдела франчайзинга, отдела продаж и для так называемых отраслевых специалистов, где сотрудники будут обучаться презентации новой услуги и азам управленческого консультирования, чтобы уметь отвечать на вопросы потенциальных клиентов. В перспективе планируется создать новый отдел по работе с клиентами, который займется поиском потенциальных заказчиков. Как площадку по их привлечению Виталий Авсеев уже использует так называемые 1С-семинары, на которых он выступает в качестве специального партнера компании, и пресс-конференции для страховых изданий, проводимые его компанией раз в месяц.

Набор услуг, предлагаемый подразделением, вполне стандартен и на новое слово в консалтинге не претендует: предварительное изучение фирмы-клиента, анализ ситуации, разработка альтернативной оргструктуры и оптимизация бизнес-процессов. Необходимая услуга может быть предоставлена в двух формах: как участие специалиста в выработке управленческих решений (процессный консалтинг) или как ответ на сформулированную заказчиком проблему (экспертный консалтинг). Предлагает отдел и услуги маркетингового консалтинга, а также разработку

стратегии для небольших фирм.

Финансовые условия компании таковы. Час работы консультанта стоит \$60, то есть его рабочий день обойдется примерно в \$500. Если общее количество часов превышает 20, компания делает скидку \$200–300. Виталий Авсеев не считает это чрезмерной суммой и приводит в пример соответствующие предложения известных компаний – они больше в разы. Что касается маркетингового направления, то тут он согласен со схемой оплаты в зависимости от достигнутого результата. За разработку стратегии Виталий Авсеев намерен брать \$1,5 тыс.

Главной проблемой, мешающей заключению контрактов между небольшими компаниями и консультантами, он считает отсутствие реальных точек соприкосновения и площадок общения потенциальных клиентов со специалистами по управлению. Практически нет и специализированных изданий по данной тематике и общепризнанных ассоциаций консультантов, а существующие профобъединения не ведут сколько-нибудь заметной работы. У немногочисленных известных на рынке консалтинга компаний предложения для малого и среднего бизнеса почти отсутствуют – они работают в основном с крупными фирмами.

Однако, несмотря на декларируемую очевидность проблем, потенциальных клиентов не удастся сделать клиентами реальными. Два месяца, прошедшие с начала активной деятельности подразделения, потрачены вхолостую. По словам Виталия Авсеева, он провел уже 15 встреч с руководителями небольших компаний разных отраслей. С тремя из них он, по его утверждению, находится на стадии заключения договоров. Большинство остальных управленцев, с которыми общался автор проблемы, получили дополнительное бизнес-образование в различных экономических вузах и осознают необходимость постановки регулярного менеджмента, разработки стратегии и маркетинговой политики. Сложность и в том, что они не очень доверяют возможностям консалтинга. Виталий Авсеев относит их к категории сомневающихся и надеется, что они примут нужное решение. Хотя наличие управленческих проблем признается, потенциальные клиенты отказываются от привлечения консультантов. Они считают, что справятся сами и ситуация пока не созрела до приглашения специалиста.

Виталий Авсеев не понимает, почему, несмотря на полный бардак в распределении полномочий, о котором ему рассказывают знакомые с ситуацией ИТ-консультанты, руководители фирм не желают звать внешних консультантов.

Ответьте на вопросы:

1. Каковы доводы «за» и «против» использования услуг внешних консультантов?

2. Какие направления консультирования наиболее востребованы, по вашему мнению, руководством малого и среднего бизнеса?

3. Какие меры помогут, на ваш взгляд, решить проблему автора кейса с привлечением клиентов на консалтинговые услуги?

Примеры кейс-интервью от McKinsey, BCG и Bain

Обязательным этапом отбора в фирмы консалтинга является кейс-интервью. Обычно оно длится 30 минут и требует анализа и решения бизнес-проблемы. Как правило, кейсы составляются на основе проектов, над которыми работала компания. Целью этого этапа отбора является полная реконструкция условий кейса, как в случае работы над реальным проектом. Менеджеру важно увидеть ваш ход мыслей и стратегию действий. Изучите реальные ситуации от ведущих консалтинговых компаний.

1. Diconsa case interview (McKinsey) <https://mck.co/2Yh5LjY>
2. Electro-light case interview (McKinsey) <https://mck.co/2Mz98eK>
3. GlobaPharm case interview (McKinsey) <https://mck.co/317USho>
4. National Education case interview (McKinsey) <https://mck.co/2Kfw8No>
5. GenCo case sample (BCG) <https://on.bcg.com/2SY8IjA>
6. Foods Inc case sample (BCG) <https://on.bcg.com/2ZkwlFn>
7. Interactive case questions (BCG) <https://on.bcg.com/2YBG7ln>
8. Bain case interview questions (Bain) <http://bit.ly/2Mx07D5>
9. Written case interview tips (Bain) <http://bit.ly/2LRwKvA>