


Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

Факультет информационно-документных коммуникаций
Кафедра информационно-аналитической деятельности

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

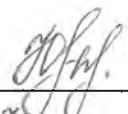


«27» июня 2025 г.

Н. Ю. Вайцехович

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета



«27» июня 2025 г.

Ю. Н. Галковская

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

МЕНЕДЖМЕНТ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

для специальности
6-05-0322-01 Библиотечно-информационная деятельность
Профилизация: Аналитика

Составитель:

Н. Ю. Вайцехович, заведующий кафедрой информационно-аналитической
деятельности, кандидат педагогических наук, доцент

Рассмотрено и утверждено
на заседании Совета факультета
протокол от 27.06.2025 № 10

Составитель:

Н. Ю. Вайцехович, заведующий кафедрой информационно-аналитической деятельности, 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, доцент

Рассмотрен и рекомендован к утверждению:

Кафедрой информационно-аналитической деятельности
(протокол от 30.05.2025 № 9);

Ученым советом государственного учреждения «Центральная научная библиотека имени Якуба Коласа Национальной академии наук Беларуси»
(протокол от 08.05.2025 № 5);

Советом факультета информационно-документных коммуникаций
(протокол от 27.06.2025 № 10)

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	4
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	7
Содержание учебного материала	7
2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	13
2.1 Задания к семинарским занятиям	13
2.2 Задания к практическим работам	18
3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	22
3.1 Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы	22
3.2 Задания к выполнению управляемой самостоятельной работы	24
3.3 Вопросы к зачету	28
3.4 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы	30
3.5 Темы курсовых и дипломных работ	32
3.6 Перечень средств диагностики учебной деятельности студентов	34
4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ	35
4.1 Учебно-методическая карта учебной дисциплины	35
4.2 Рекомендуемая для изучения литература	36

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебно-методический комплекс (УМК) «Менеджмент информационно-аналитической деятельности» разработан для подготовки студентов дневной формы обучения по специальности 6-05-0322-01 Библиотечно-информационная деятельность (аналитика).

УМК представляет собой комплексную систему обеспечения образовательного процесса по учебной дисциплине «Менеджмент информационно-аналитической деятельности» и направлен на формирование у студентов комплекса устойчивых знаний и практических навыков, необходимых для эффективного проектирования, организации и управления информационно-аналитическими процессами в организациях различных типов. Формируемые компетенции включают постановку и сопровождение аналитических задач на всех этапах их жизненного цикла, выбор и применение современных инструментов аналитики, обеспечение качества и управления данными, трансляцию аналитических результатов в управленческие решения и сервисы, организацию информационно-аналитической деятельности в библиотечной и научно-коммуникационной среде и управление медиаресурсами с целью повышения обоснованности решений, оперативности реагирования и информационной прозрачности.

Современная организационная среда характеризуется высокой скоростью изменений, ростом объема и разнообразия данных, а также возрастанием требований к обоснованности и эффективности управленческих решений. В этой связи управление информационно-аналитической деятельностью становится не просто вспомогательной функцией, а стратегическим ресурсом организации. Изучение организационных моделей и принципов управления аналитикой позволяет выстраивать эффективные структуры и процессы, обеспечивающие согласованность целей организации и аналитических задач, что важно для малых и средних предприятий, государственных и научных учреждений. Для библиотечной сферы учебная дисциплина формирует специализированные компетенции, позволяющие осуществлять стратегическое планирование развития библиотеки, оптимизировать ресурсное обеспечение, комплексно анализировать пользовательский опыт, управлять медиаресурсами и доказывать социально-экономическую эффективность ее деятельности на основе объективных количественных и качественных данных; это усиливает роль библиотек как активных участников информационного пространства и научной коммуникации.

Цель УМК «Менеджмент информационно-аналитической деятельности» – систематизация и комплексное представление учебно-методических материалов, обеспечивающих обучение студентов в соответствии с установленными целями и задачами учебной программы и применяемыми образовательными технологиями. УМК решает следующий круг задач:

- научно-методическая организация образовательного процесса в логике изучения учебной дисциплины «Менеджмент информационно-аналитической деятельности»;
- структурирование и систематизация учебно-методических материалов, необходимых для изучения учебной дисциплины;
- обеспечение содержательного, дидактического и технологического управления образовательным процессом;
- поддержка образовательного процесса и обеспечение качества образования.

УМК «Менеджмент информационно-аналитической деятельности» включает в себя все элементы, необходимые для эффективной реализации учебной программы: содержание учебного материала, задания к семинарским и практическим занятиям, методические рекомендации и задания к выполнению управляемой самостоятельной работы, вопросы к зачету и экзамену, методические рекомендации по выполнению курсовой работы, темы курсовых и дипломных работ, перечень средств диагностики и критерии оценки результатов учебной деятельности студентов, необходимую к изучению основную и дополнительную литературу.

В соответствии с «Положением об учебно-методическом комплексе в учреждении образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (утверждено приказом ректора университета от 26 апреля 2017 г. № 69) УМК включает следующие основные разделы:

- теоретический раздел, включающий содержание учебного материала;
- практический раздел, содержащий тематику и задания к семинарским и практическим занятиям в соответствии с учебной программой;
- раздел контроля знаний, обеспечивающий самостоятельную работу студентов и систематический контроль их учебных достижений: задания для контролируемой самостоятельной работы, методические рекомендации по ее выполнению, перечень вопросов к зачету и экзамену, темы курсовых и дипломных работ, критерии оценки результатов учебной деятельности студентов и др.;
- вспомогательный раздел, включающий учебно-методическую карту учебной дисциплины, список основной и дополнительной литературы.

В соответствии с учебным планом на изучение учебной дисциплины «Менеджмент информационно-аналитической деятельности» всего отведено 90 часов, из них 40 часов – аудиторные занятия. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 26 часов, семинарские занятия – 4 часа, практические занятия – 10 часов. Форма текущей аттестации – устный опрос. Рекомендуемой формой контроля знаний студентов является зачет.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Содержание учебного материала

Введение

Предмет, содержание и задачи учебной дисциплины «Менеджмент информационно-аналитической деятельности». Ее место в системе профессиональной подготовки будущего специалиста-аналитика. Практическая направленность учебной дисциплины. Компетенции, приобретаемые студентами в процессе изучения учебной дисциплины. Основные виды учебных занятий и организация самостоятельной работы студентов. Формы контроля. Характеристика обеспеченности учебной дисциплины учебно-методической документацией.

Тема 1. Управление информационно-аналитической деятельностью в организации

Информация как стратегический ресурс и основа конкурентоспособности в современной экономике. Определение информационно-аналитической деятельности как управленческой функции по преобразованию данных в решения. Цель информационно-аналитической деятельности – обеспечение лиц, принимающих решения, своевременными, точными и релевантными аналитическими продуктами. Основные задачи информационно-аналитической деятельности: идентификация информационных потребностей, сбор и верификация данных, анализ и моделирование, прогнозирование. Жизненный цикл управленческой информации. Внешняя и внутренняя среда организации и внутренняя среда как основные объекты анализа. Место и роль информационно-аналитической деятельности в системе поддержки принятия решений. Функции и компетенции руководителя (менеджера) информационно-аналитической службы. Критерии успешности и зрелости информационно-аналитической деятельности в организации. Проактивная аналитика. Практические примеры эффектов аналитики в разных областях.

Тема 2. Процесс организации аналитической деятельности.

Жизненный цикл аналитической задачи

Жизненный цикл информации как замкнутая процессная модель управления данными для достижения стратегических целей. Этапы жизненного цикла: выявление потребностей, сбор, обработка, анализ, представление и архивация. Идентификация и формулировка аналитической

задачи: перевод бизнес-вопроса или организационной задачи в конкретные цели, гипотезы и критерии приемки результата. Определение заинтересованных сторон (заказчик, пользователи, владелец данных, аналитическая команда, IT) и согласование ожиданий по форме и срокам поставки. Сбор требований и определение источников данных: внутренние и внешние системы, форматы, доступы и ограничения по качеству. Оценка качества данных по ключевым параметрам: полнота, корректность, согласованность, актуальность и однозначность. Обработка и верификация данных: очистка, структурирование и преобразование в пригодный для анализа формат.

Аналитическая обработка данных: применение инструментальных методов для выявления закономерностей и построения прогнозов. Разработка аналитического решения: выбор методологии (описательная, диагностическая, предиктивная), инструментов и создание аналитических продуктов – отчетов, аналитических записок, презентаций, дашбордов. Тестирование результатов: статистическая проверка, стресс-тесты, экспертная верификация и согласование с заказчиком. Подготовка к внедрению: упаковка результатов, разработка инструкций по использованию, план обучения пользователей. Интеграция в организационные процессы и мониторинг эффективности. Документирование и архивация результатов для формирования корпоративной аналитической базы.

Тема 3. Инструменты информационно-аналитической деятельности

Классификация и назначение инструментария аналитика для решения задач различной сложности. Классические методы стратегического анализа: SWOT-анализ для оценки внутренней и внешней среды, PESTLE-анализ для диагностики макросреды. Анализ конкурентного окружения: модель пяти сил Портера и построение карт стейкхолдеров. Статистические методы для принятия управленческих решений: дескриптивная статистика и визуализация данных для первичного анализа. Методы проверки гипотез и выявления взаимосвязей: корреляционный и регрессионный анализ для прогнозирования. Современные платформы бизнес-аналитики (BI): Power BI, Tableau, Qlik. Принципы работы с базами данных и язык SQL как стандарт для извлечения и первичной обработки информации. Автоматизация рутинных процессов: создание регулярных отчетов и система оповещений на основе данных. Критерии выбора инструментария: соответствие задаче, стоимость владения, масштабируемость и квалификация сотрудников. Интеграция различных методов и технологий в единый аналитический процесс.

Тенденции развития аналитического инструментария: искусственный интеллект и машинное обучение в задачах прогнозирования.

Тема 4. Управление данными и качество данных

Управление данными как система принципов и практик для обеспечения доступности, надежности и безопасности данных на всем их жизненном цикле. Данные как критический актив организации, требующий управления, аналогичного другим ключевым ресурсам. Основные компоненты управления данными: архитектура данных, моделирование, хранение, безопасность и качество. Понятие качества данных и его ключевые критерии: точность, полнота, непротиворечивость, актуальность, уникальность и достоверность. Процесс управления качеством данных: аудит, очистка, стандартизация, верификация и обогащение данных. Роль мастер-данных и справочников в обеспечении консистентности данных на уровне всей организации. Методологии и frameworks управления данными (например, DAMA-DMBOK) как основа для построения корпоративной системы. Организационная структура управления данными: роли владельцев данных, дата-стейвардов и дата-инженеров. Системы управления данными: от традиционных хранилищ данных (Data Warehouses) до озер данных (Data Lakes) и облачных платформ. Политики безопасности и обеспечения конфиденциальности данных в соответствии с регуляторными требованиями. Инструментальные платформы для управления и обеспечения качества данных (инструменты ETL/ELT, дата-каталоги). Формирование культуры ответственного отношения к данным среди сотрудников.

Тема 5. Внедрение результатов аналитики

Роль коммуникации в преобразовании результатов анализа в реальные управленческие действия и измеримую бизнес-ценность. Структура и виды аналитических продуктов в деятельности бизнес-организаций: оперативные справки, аналитические записки, комплексные аналитические отчеты, информационно-аналитические обзоры, презентации, интерактивные дашборды, прогнозныe и сценарные модели. Выбор вида и формата аналитического продукта в зависимости от типа задачи. Навыки публичного представления аналитических данных: аргументация выводов, ответы на возражения и фокусировка на практических последствиях. Технологии управления внедрением аналитических рекомендаций. Организационные и психологические барьеры на пути внедрения аналитики. Методы оценки эффективности и влияния реализованных аналитических решений на бизнес-показатели. Работа с обратной связью от потребителей аналитики для

непрерывного улучшения качества аналитических продуктов. Построение культуры, основанной на данных, как стратегическая цель управления информационно-аналитической деятельностью.

Тема 6. Управление информационно-аналитической деятельностью в библиотечной сфере

Специфика библиотеки как информационно-аналитического центра и коммуникативной платформы для общества. Стратегическая цель информационно-аналитической деятельности в библиотеке: управление знаниями и аналитическая поддержка культурных, образовательных и социальных инициатив. Основные объекты анализа: информационные потребности и поведение пользовательских групп, эффективность библиотечно-информационного обслуживания, наполняемость и востребованность фондов и др.

Управление данными в библиотеке: интеграция каталогов и баз данных, метаданных электронных ресурсов, пользовательской статистики и социологических данных в единое аналитическое пространство. Инструментарий библиотечного аналитика. Особенности аналитических продуктов библиотеки. Использование аналитики для обоснования бюджетных запросов, формирования фонда, прогнозирования спроса на ресурсы и услуги, внедрения новых технологий, оценки эффективности библиотечной деятельности, доказательства социально-культурного воздействия библиотеки. Управление на основе данных (data-driven management) для оптимизации комплектования, планирования мероприятий и дифференциации сервисов под целевые аудитории. Критерии эффективности информационно-аналитической деятельности в библиотеке: рост удовлетворенности пользователей, улучшения качества обслуживания, программ вовлечения пользователей, обоснованность управленческих решений и усиление роли библиотеки в цифровом и социально-культурном пространстве страны/региона.

Тема 7. Информационно-аналитическое обеспечение продвижения научных знаний и популяризации науки

Менеджмент информационно-аналитической деятельности для решения задач научной коммуникации: трансляция сложных знаний в понятные форматы для широкой и целевой аудитории. Аналитика целевых аудиторий научно-популярного контента: сегментация по уровню подготовки, интересам и каналам потребления информации. Мониторинг и анализ научных трендов и общественного интереса для выбора актуальных тем для популяризации.

Анализ образовательных и просветительских медиаресурсов, просветительская журналистика. Инструментарий для оценки эффективности научной коммуникации: веб-аналитика, анализ вовлеченности в социальных сетях, метрики цитируемости научно-популярных материалов. Аналитические методы для оценки достоверности источников и противодействия распространению лженаучных теорий.

Контент, направленный на объяснение и популяризацию научных знаний, видовая характеристика и форматы представления. Инфотейнмент как тип медиаконтента, его основные характеристики. Примеры инфотейнмента: статьи и блоги, сообщества и каналы, видеоблоги, подкасты, телепрограммы и др. Преимущества и недостатки инфотейнмента. Инфотейнмент в образовании и популяризации науки. Эдьютейнмент как тип медиаконтента, его цели и приоритеты.

Этапы создания научно-популярного медиаресурса. Методика анализа научно-популярного контента в масс-медиа. Цели и задачи исследования. Выбор источников, сбор и фильтрация данных. Контент-анализ, анализ форматов, анализ визуального контента. Анализ аудитории. Сравнительный и конкурентный анализ. Интерпретация данных. Подготовка аналитического отчета и презентация результатов. Применение результатов исследования научно-популярного контента: оптимизация контент-стратегии, улучшение качества контента, персонализация контента. Медиапланирование. Мониторинг и аналитика в системе управления научно-популярным медиаресурсом.

Тема 8. Аналитика в системе управления медиаресурсами

Особенности анализа медиасреды в интересах бизнеса и государственных организаций, СМИ, PR-структур. Применение результатов исследования медиасреды. Планирование коммуникационной стратегии организации. Улучшение качества контента. Адаптация медиаконтента к потребностям и интересам аудитории. Улучшение пользовательского опыта. Повышение конкурентоспособности медиаресурса. Планирование маркетинговых и рекламных кампаний. Управление репутацией. Стратегическое управление организацией.

Аналитика в системе управления библиотечными продуктами и ресурсами в медийной среде: цели и задачи, направления медиааналитических исследований, основные методы и инструменты. Мониторинг упоминаний. Оценка эффективности маркетинговых стратегий. Анализ аудитории и мониторинг вовлеченности. Анализ востребованности медиаконтента, информационных продуктов и услуг. Аналитика сайта. Анализ эффективности

социокультурных программ и мероприятий. Медийная аналитика в системе стратегического менеджмента и поддержки управленческих решений.

Разработка и оптимизация коммуникационной и контент-стратегии библиотеки. Контент-план в системе управления медиаресурсами. Технология разработки контент-плана библиотеки.

2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2.1 Задания к семинарским занятиям

Семинар 1. Проектирование системы информационно-аналитической деятельности (2 часа)

Цель - Научиться проектировать основные элементы системы ИАД, увязывая их со стратегическими целями организации.

Студентам в мини-группах предлагаются примеры компании, не имеющей системной аналитики (по два кейса на каждую мини-группу). Необходимо разработать план по запуску системы информационно-аналитической деятельности в конкретных условиях.

Задание:

1. Проанализируйте ситуацию и проблемы, с которыми столкнулась компания. Проведите SWOT-анализ текущего состояния аналитики в компании.

2. Какие основные бизнес-цели должна поддерживать аналитика в этой организации? Сформулируйте 3-4 основных цели.

3. Спроектируйте процесс организации информационно-аналитической деятельности – от поступления запроса от менеджера до предоставления ему итогового отчета. Опишите основные этапы, роли и зоны ответственности. Где в этом процессе могут возникнуть проблемы и как их можно устранить?

4. Какие ключевые метрики нужно отслеживать в первую очередь?

5. Какую гипотезу, основанную на данных, можно проверить, чтобы решить проблему(ы) организации?

6. По каким ключевым показателям (KPI) вы будете оценивать эффективность работы новой системы ИАД через 6 месяцев? Предложите 3-4 количественных и качественных метрики.

Примеры ситуаций:

Ситуация 1. IT-стартап (мобильное приложение для изучения английского языка «LinguaBoost»)

LinguaBoost – это быстрорастущий стартап с 500 000 установок приложения. Команда технически сильная, но полностью сфокусирована на разработке новых функций. Управление строится на ощущениях и отзывах самых громких пользователей.

Проблема 1: Приложение хорошо скачивают, но 80% пользователей перестают активно им пользоваться в течение первых 14 дней. Причины неизвестны.

Проблема 2: Стартап собирает горы данных о действиях пользователей в приложении (клики, время сессии, прогресс), но они никак не структурированы и не анализируются. Разработчики называют это «свалкой данных».

Проблема 3: Маркетинг тратит бюджет на рекламу, которая привлекает много «холодных» пользователей, не склонных к покупке платной подписки. САС (стоимость привлечения клиента) растет, а LTV (пожизненная ценность) – нет.

Проблема 4: Непонятно, какая одна метрика лучше всего отражает здоровье продукта. Команда не знает, на развитие какой функции направить усилия, чтобы максимально повлиять на удержание и монетизацию.

Задача для студентов:

Разработать план по запуску системы информационно-аналитической деятельности в условиях стартапа с ограниченными ресурсами. С чего начать? Какие 3 ключевые метрики нужно отслеживать в первую очередь? Какую гипотезу, основанную на данных, можно проверить, чтобы снизить отток пользователей?

Ситуация 2. Средний ритейлер (сеть магазинов бытовой техники и электроники «Гаджет»)

Компания «Гаджет» управляет сетью из 25 магазинов в нескольких регионах. Бизнес исторически рос за счет открытия новых точек, но сейчас рост замедлился, маржа падает.

Проблема 1. В одних магазинах месяцами лежит неликвидный товар, а в других – постоянные «вылеты» ходовых позиций, ведущие к потере продаж.

Проблема 2. Данные по продажам хранятся в старой 1С, данные по трафику в магазинах – у охранный компании, а отзывы клиентов – в соцсетях. Свести их вместе невозможно.

Проблема 3: Акции и скидки назначаются интуитивно, их ROI не оценивается. Непонятно, какие каналы привлечения клиентов реально работают.

Проблема 4: Процент повторных покупок низкий. Нет единого взгляда на клиента – один и тот же человек, купивший онлайн и оффлайн, считается двумя разными.

Задача для студентов:

Спроектировать для «Гаджета» систему информационно-аналитической деятельности, которая позволит перейти от интуитивного управления к основанному на данных. Какие процессы, данные и инструменты нужны в первую очередь? Какой главный KPI должен улучшиться в результате?

Ситуация 3. Сетевой фитнес-клуб / Салон красоты.

Проблемы: высокая текучка клиентов, неэффективное расписание тренеров/мастеров, хаотичные маркетинговые акции. Задача – построить систему лояльности и оптимизировать операционную деятельность.

Ситуация 4. Туристическое агентство (онлайн или оффлайн).

Проблемы: непредсказуемость спроса, неэффективное ценообразование на туры, низкая конверсия с сайта. Задача – научиться прогнозировать спрос и персонализировать предложения.

Ситуация 5. Производитель продуктов питания / мелкой электроники

Проблемы: частые срывы сроков поставок, перекосы в запасах сырья (где-то излишки, где-то дефицит), высокий процент брака. Задача – наладить управление цепочками поставок и контролировать качество.

Ситуация 6. Логистический оператор.

Проблемы: неоптимальные маршруты доставки, простои транспорта, недовольство клиентов сроками. Задача – повысить эффективность использования ресурсов и качество сервиса.

Ситуация 7. Государственная поликлиника

Проблемы: длинные очереди, нерациональное распределение нагрузки между врачами, сложности с управлением запасами медикаментов. Задача – оптимизировать потоки пациентов и ресурсов для повышения качества услуг.

Ситуация 8. Цифровое маркетинговое агентство

Проблемы: оценка эффективности рекламных кампаний строится на интуиции, нет единой системы для консолидации данных из разных каналов (соцсети, контекст, email). Задача – доказать клиентам ROI и оптимизировать расходы на рекламу.

Для обсуждения на семинарском занятии мини-группами представляется заполненный шаблон по каждой организации:

1. Организация
2. Цели внедрения аналитики
3. Схема аналитического процесса
4. Ключевые метрики (KPI)
5. Необходимые данные и источники

Семинар 2. Аналитика пользовательского опыта в библиотеке (2 часа)

Цель – отработать методы сбора и анализа данных о поведении пользователей библиотеки для улучшения сервисов, пространств и мероприятий, а также разработать практические рекомендации на основе аналитики.

Студентам в мини-группах предлагаются для анализа проблемные ситуации. Примеры: плохо индексируемый каталог (система не находит нужные записи, даже если эти записи в каталоге есть); низкий процент использования терминалов самообслуживания; падающая посещаемость читального зала; низкий отклик на образовательные/социокультурные мероприятия; низкая узнаваемость новых сервисов/услуг библиотеки; частые жалобы на трудности навигации по сайту библиотеки; низкая повторная активность читателей после первого визита и др. Желательно использовать реальные пользовательские данные для подготовки кейса.

Задачи мини-группы:

- составить карту пользовательского пути (5–7 шагов);
- указать доступные и требуемые данные для диагностики (до 6 пунктов);
- выбрать 4 ключевые метрики для мониторинга улучшения;
- предложить 2-3 шага (изменение интерфейса, перераспределение пространства, коммуникация, обучение персонала) и план действий для проверки гипотез.

После выполнения задания студенты презентуют и обсуждают результаты каждой мини-группы. Вопросы для дискуссии:

- 1) Какие данные в библиотеке реально доступны сейчас и какие нужно запросить у ИТ/каталогизаторов/отдела обслуживания/других служб?
- 2) Какие метрики отражают реальный опыт пользователя, а какие – лишь формальные показатели?
- 3) Как минимизировать влияние сезонности и внешних событий при оценке эффективности изменений?
- 4) Какие этические и правовые ограничения нужно учесть при сборе поведенческих данных?
- 5) Как вовлечь сотрудников библиотеки в сбор и интерпретацию данных, чтобы изменения были устойчивыми?
- 6) Когда имеет смысл автоматизировать сбор метрик, а когда – полагаться на качественные исследования (интервью, фокус-группы)?

7) Какие быстрые улучшения вы предложили бы реализовать в ближайший месяц?

8) Необходимо разработать план по запуску системы информационно-аналитической деятельности в конкретных условиях.

2.2 Задания к практическим работам

Практическая работа 1. Аудит научно-популярного медиаресурса, 4 ч.

Цель – сформировать навыки комплексного анализа эффективности научно-популярного медиаресурса и разработки обоснованных рекомендаций по оптимизации его контент-стратегии.

Задание – провести полный аудит одного выбранного научно-популярного медиаресурса (YouTube-канал, паблик в VK/Telegram, блог) и подготовить аналитическую записку с рекомендациями по его развитию.

Методика выполнения:

1. Выберите ресурс для анализа: YouTube-канал, блог, паблик в социальной сети, ориентированный на популяризацию науки.

2. Определите его основную тематику и миссию: О чем этот ресурс? Какую цель, по вашему мнению, он преследует?

3. Сформулируйте гипотезу: Какую проблему в его текущей стратегии вы предполагаете обнаружить? (Например: «Канал уделяет много внимания популярным темам, но теряет постоянную аудиторию из-за недостаточной глубины»).

4. Проанализируйте 10-15 последних публикаций/видео по следующим критериям:

– Тематика: Какие научные области охвачены? Есть ли доминирующая тема?

– Форматы: Какие форматы используются (интервью, лекции, обзоры, эксперименты, инфографика, длинные тексты, короткие посты)?

– Подача (Инфотейнмент/Эдьютейнмент): Оцените баланс между развлечением и образованием. Ресурс больше развлекает или учит? Приведите примеры.

– Сложность: На какую аудиторию рассчитан контент (широкая публика, студенты, специалисты и др.).

– Визуальное оформление: Качество графики, мемов, схем? Как оно влияет на восприятие?

5. Проведите анализ аудитории и вовлеченности. Используя открытые метрики, оцените:

– Количественные показатели: количество подписчиков, среднее количество просмотров, лайков, комментариев, репостов.

– Вовлеченность (ER): Рассчитайте примерный коэффициент вовлеченности ($ER = (\text{Лайки} + \text{Комментарии} + \text{Репосты}) / \text{Подписчики} * 100\%$).

– Характер аудитории: Проанализируйте комментарии. Какая аудитория преобладает (заинтересованная, критикующая, задающая вопросы)? Какие темы вызывают наибольший отклик?

6. Проведите сравнительный анализ: Выберите 1-2 прямых конкурента (схожая тематика) и сравните по ключевым параметрам (форматы, тон подачи, активность аудитории). В чем сильные и слабые стороны вашего ресурса на их фоне?

7. Оцените соответствие контента трендам: Насколько темы, освещаемые на ресурсе, актуальны для современной научной повестки и общественного интереса?

8. Подготовьте отчет и рекомендации. На основе проведенного анализа подготовьте аналитическую записку (1.5-2 страницы) по структуре:

- Общая характеристика ресурса: Название, тематика, миссия, гипотеза.
- Анализ контента (краткие выводы, оценка – что хорошо работает, что нет).
- Анализ аудитории и вовлеченности (портрет аудитории, уровень вовлеченности).
- Сравнительный анализ (конкурентные преимущества и недостатки).
- Соответствие контента трендам (краткий вывод с пояснением).
- Рекомендации по оптимизации контент-стратегии. Предложите 3-4 конкретных, реализуемых рекомендаций.

Форма представления: аналитическая записка требуемой структуры.

Критерии оценки:

- Глубина и системность анализа.
- Использование данных и метрик для подкрепления выводов.
- Конкретность, обоснованность и практическая ценность рекомендаций.
- Структура и ясность изложения в отчете.

Практическая работа 2. Создание прототипа научно-популярного продукта, 4 ч. (+8 ч. УСР)

Цель – сформировать навыки проектирования научно-популярного контента через создание прототипа продукта с аналитическим обоснованием стратегических решений.

Задание – разработать и создать прототип научно-популярного продукта (сценарий видео/подкаста, интерактивный пост) для конкретной целевой аудитории с полным аналитическим обоснованием принятых решений.

Методика выполнения:

1. Проведите мониторинг трендов и подбор тем для популяризации (Самостоятельная работа №1). Выберите тему или концепцию, определив ее социальную значимость и потенциал для популяризации.

2. Проведите сетевой анализ сообществ, инфлюенсеров, экспертов, существующих научно-популярных продуктов в научной теме (Самостоятельная работа №2). Проанализируйте используемые подходы, принципы освещения темы и визуализации, подготовьте список инфлюенсеров и экспертов.

3. Определите целевую аудиторию своего научно-популярного продукта и охарактеризуйте по основным критериям:

- Уровень научной подготовки;
- Предпочитаемые каналы коммуникации;
- Мотивы потребления научпоп-контента.

4. Обоснуйте выбор формата (инфотейнмент/эдьютеймент) на основе анализа аудитории. Возможные варианты: видео, подкаст, интерактивный пост с опросами и тестами, образовательный фильм, интервью с ученым, документальный фильм и т.п.

5. Сформулируйте УТП – уникальное торговое предложение: Зачем мы существуем в уже насыщенном информационном поле? Чем отличаемся от конкурентов?

6. Разработайте сюжетную линию или структуру подачи информации.

7. Определите баланс развлекательных и образовательных элементов.

8. Проектирование контента.

Для видео/подкаста:

- Сценарий с таймкодами.
- Описание визуального ряда/звуковых эффектов.

Для интерактивного поста:

- Сценарий интерактивных взаимодействий.

– Описание интерактивных элементов.

9. Создайте прототип. (+ 4 ч. УСР)

Видео: раскадровка на 5-7 слайдов.

Подкаст: расширенный план-конспект на 2-3 минуты.

Интерактивный пост: макет в Canva.

10. Подготовьте обоснование. Создайте презентацию, содержащую:

1. Аналитический блок

Обоснование выбора темы и аудитории

Результаты сравнительного анализа форматов/подходов по теме

Список инфлюенсеров

Список экспертов

Прогноз эффективности (ожидаемые метрики)

2. Концептуальный блок:

Уникальное торговое предложение для продукта

Описание прототипа

Демонстрация прототипа

Форма представления: презентация с аналитическим и концептуальным блоками.

Критерии оценки:

- Глубина аналитического обоснования решений.
- Соответствие формата и содержания целевой аудитории.
- Инновационность и практическая реализуемость прототипа.
- Качество визуального и содержательного исполнения.
- Убедительность презентации проекта.

3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

3.1 Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы

Цель самостоятельной работы студентов заключается в развитии их интеллектуальных и профессиональных компетенций через углубленное изучение материала, практическое применение знаний и развитие навыков самоорганизации.

Самостоятельная работа по учебной дисциплине «Менеджмент информационно-аналитической деятельности» включает выполнение исследовательских и творческих заданий, направленных на освоение процессов информационно-аналитического обеспечения продвижения научных знаний и популяризации науки, а также использование аналитики в системе управления медийными ресурсами. Выполнение заданий начинается на аудиторных практических занятиях, и может осуществляться как индивидуально, так и в группе с элементами взаимообучения и взаимоконтроля.

Стратегически самостоятельная работа выстраивается от простого к сложному: от выполнения заданий по научному и медийному мониторингу, конкурентному анализу медийных продуктов и форматов в области популяризации науки до разработки прототипа научно-популярного продукта с полным аналитическим обоснованием.

Одной из наиболее эффективных форм самостоятельной работы является самостоятельная разработка научно-популярного продукта как способ реализации просветительской функции библиотеки. Варианты научно-популярных продуктов: видео, подкаст, интерактивный пост с опросами и тестами, образовательный фильм, интервью с ученым, короткий документальный фильм и т.п. Тема проекта выбирается студентами самостоятельно на основе мониторинга научных и медийных трендов в сфере популяризации науки. При этом необходимо предусмотреть возможность реализации проекта индивидуально и в мини-группах с четким и обоснованным распределением задач. В результате выполнения проекта студенты обучаются прикладному применению процессов управления аналитической деятельностью в одном из самых интересных и креативных направлений деятельности библиотек – популяризации научных знаний в медийной среде. Для разработки и создания прототипа научно-популярного продукта необходимо провести аналитическое исследование и обосновать выбор темы и формата популяризации, оценить образовательный потенциал,

провести анализ медийных продуктов и форматов в области популяризации науки, разработать уникальное торговое предложение, спрогнозировать спрос.

При обсуждении результатов самостоятельной работы особое внимание следует уделить формированию навыков коммуникации и аргументации, строгого аналитического обоснования принятых решений, осознанному подходу к разработке творческих концепций, пониманию целей и задач, которые выполняют научно-популярные ресурсы, владению информацией о разнообразных форматах и стратегий инфотеймента и популяризации научных знаний, соблюдению требований к содержанию и структуре, способности к рефлексии и самостоятельной оценке качества выполненной работы.

3.2 Задания к выполнению управляемой самостоятельной работы

УСР 1. Мониторинг научных трендов и подбор тем для популяризации, 2 ч.

Цель работы: освоить методику и приобрести опыт мониторинга научных трендов и подбора тем для разработки научно-популярного медиапродукта.

Практическое задание: провести научный и медиа-мониторинг и критериальный отбор тем для дальнейшей популяризации (разработки научно-популярного медиапродукта).

1. Научный мониторинг:

- проанализируйте список достижений года в разных областях науки;
- изучите 2-3 ведущих научных журнала (Nature, Science и т.д.) и тематики крупных научных конференций в разных областях науки;
- выявите 5-7 перспективных научных направлений/открытий.

2. Медиа-мониторинг:

- проанализируйте научные разделы СМИ (N+1, ПостНаука, Elements и др.);
- изучите обсуждения в научно-популярных каналах и сообществах;
- выявите 5-7 наиболее интересных и обсуждаемых научных тем.

3. Примените систему критериев для оценки потенциала тем для популяризации:

- актуальность;
- научная значимость;
- возможность интересной популяризации;
- возможность визуализации (хотя бы частичной, отдельных аспектов или моментов);
- образовательная ценность (потенциал для просветительской деятельности библиотек).

4. В результате критериального отбора определите 3 темы для популяризации, подготовьте отчет, содержащий:

- 5-7 перспективных научных направлений/открытий;
- 5-7 наиболее интересных и обсуждаемых научных тем по результатам медиамониторинга;
- 3 выбранных темы для популяризации;
- обоснование для каждой темы главной идеи для донесения, формата подачи (видео, подкаст, интерактивный пост и т.п.), креативный подход (чем подход будет отличаться от существующих):

№ п/п	Тема	Основная идея популяризации (цель, что именно доносится аудитории)	Формат подачи	Креативный подход (чем отличается от существующих)

Форма представления: отчет с результатами научного и медийного мониторинга и заполненной таблицей.

УСР 2. Анализ медийных продуктов и форматов в области популяризации науки, 2 ч.

Цель работы: освоить методику и приобрести опыт анализа конкурентной среды в сфере популяризации науки.

Практическое задание: на основе темы, отобранной в ходе самостоятельной работы №1, проведите анализ не менее 5-7 существующих научно-популярных ресурсов (паблики, блоги, каналы, подкасты). Систематизируйте информацию об их целевой аудитории, форматах, контентной стратегии и вовлеченности.

1. Поиск релевантных ресурсов: используя поисковые системы и социальные сети (YouTube, Telegram, VK, Яндекс.Дзен, Instagram, Spotify), найдите не менее 7-10 самых заметных ресурсов, популяризирующих выбранную тему.

2. Для каждого ресурса занесите данные в таблицу:

Критерий анализа	Характеристика
Название ресурса	
Платформа	YouTube, Telegram и т.д.
Целевая аудитория	школьники, студенты-неспециалисты, взрослая аудитория с высшим образованием, узкие специалисты и т.п.
Основные форматы контента	лонгриды, короткие видео (<3 мин.), длинные видео (>10 мин.), подкасты, интерактивы, сторис, инфографика и т.п.
Стиль подачи	строгий/академический, развлекательный, объясняющий, провокационный

Основные инфлюенсеры/эксперты	ведущие, авторы, приглашенные гости
Уровень сложности контента	по 5-балльной шкале, где 1 - очень простой, 5 - требующий спец. подготовки
Примерное количество подписчиков/охват	
Примеры вовлеченности	лайки, комментарии, просмотры на 1 пост - высокий/средний/низкий
Основные тезисы/нарративы	какие идеи и аспекты темы продвигают авторы?
Уникальное торговое предложение	чем этот ресурс отличается от других

Форма представления: заполненные таблицы анализа 5-7 научно-популярных ресурсов по выбранной теме.

УСР 2. Создание прототипа научно-популярного продукта, 4 ч.

Цель – сформировать навыки проектирования научно-популярного контента через создание прототипа продукта с аналитическим обоснованием стратегических решений.

Задание – продолжить разработку и создание прототипа научно-популярного продукта (сценарий видео/подкаста, интерактивный пост) для конкретной целевой аудитории с аналитическим обоснованием принятых решений:

1. После подготовительного медийного анализа, обоснования выбора темы, аудитории и формата, формулирования УТП и проектирования контента (Практическая работа № 2) приступите к созданию прототипа научно-популярного продукта

- Видео: раскадровка на 5-7 слайдов.
- Подкаст: расширенный план-конспект на 2-3 минуты.
- Интерактивный пост: макет в Canva.

2. Подготовьте обоснование. Создайте презентацию, содержащую:

1. Аналитический блок

Обоснование выбора темы и аудитории

Результаты сравнительного анализа форматов/подходов по теме

Список инфлюенсеров

Список экспертов

Прогноз эффективности (ожидаемые метрики)

2. Концептуальный блок:

Уникальное торговое предложение для продукта

Описание прототипа

Демонстрация прототипа

Форма представления: презентация с аналитическим и концептуальным блоками.

3.3 Вопросы к зачету

1. Информационно-аналитическая деятельность в системе поддержки принятия решений
2. Жизненный цикл аналитической задачи (аналитический цикл)
3. Выявление потребностей как этап аналитического цикла. Идентификация и формулировка аналитической задачи
4. Сбор требований и определение источников данных как этапы аналитического цикла
5. Оценка качества, обработка и верификация данных как этап аналитического цикла
6. Аналитическая обработка данных и создание аналитического продукта как этапы аналитического цикла
7. Тестирование результатов аналитической деятельности и подготовка к внедрению как этапы аналитического цикла
8. Критерии успешности информационно-аналитической деятельности в организации
9. Проактивная аналитика и ее задачи
10. Классификация и назначение инструментария аналитика для решения задач различной сложности
11. Современные платформы бизнес-аналитики
12. Автоматизация аналитических процессов
13. Тенденции развития аналитического инструментария
14. Основные компоненты управления данными в организации
15. Понятие качества данных и его основные критерии
16. Процесс управления качеством данных
17. Системы управления данными
18. Организационная структура управления данными в компании
19. Структура и виды аналитических продуктов в деятельности бизнес-организаций
20. Выбор вида и формата аналитического продукта в зависимости от типа задачи
21. Особенности внедрения результатов аналитики в процессы организации
22. Методы оценки эффективности и влияния реализованных аналитических решений на бизнес-показатели
23. Работа с обратной связью от потребителей аналитики
24. Специфика библиотеки как информационно-аналитического центра
25. Основные объекты анализа библиотечной деятельности
26. Управление данными в библиотеке

27. Инструментарий библиотечного аналитика
28. Особенности аналитических продуктов библиотеки
29. Критерии эффективности информационно-аналитической деятельности в библиотеке
30. Информационно-аналитическое обеспечение продвижения научных знаний и популяризации науки
31. Видовая характеристика и форматы представления научно-популярного контента
32. Инфотейнмент и эдьютейнмент как типы медиаконтента, основные характеристики
33. Этапы создания научно-популярного медиаресурса
34. Аналитика в системе управления медиаресурсами
35. Применение аналитики для управления библиотечными продуктами и ресурсами в медийной среде

3.4 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы

Курсовая работа – это творческое и самостоятельное исследование актуальных проблем определенной отрасли науки. Цель написания курсовой работы – развитие у студентов исследовательских, аналитических и коммуникативных навыков, углубление их знаний по выбранной теме и подготовке к будущей профессиональной деятельности. Курсовая работа помогает студентам научиться критически оценивать информацию, систематизировать данные и представлять результаты своего исследования в структурированной и логичной форме.

При написании курсовой работы решаются следующие задачи:

- выбор темы исследования и разработка его плана;
- поиск, анализ и обобщение источников информации по теме исследования, их критическое осмысление;
- обоснование подходов к рассмотрению проблемы исследования, уточнение понятийного аппарата и изложение основных теоретических положений;
- проведение самостоятельного научного исследования;
- анализ и обобщение собранного теоретического и эмпирического материала;
- выявление проблем в состоянии или деятельности объекта исследования и разработка комплекса средств по его усовершенствованию;
- изложение самостоятельных выводов;
- логически грамотное иллюстрирование информации с помощью табличного, графического и иных методов;
- правильное оформление работы.

Тема курсовой работы должна быть согласована с преподавателем и соответствовать тематике учебной дисциплины. Студентам следует иметь в виду, что темы курсовых работ могут быть узкими и широкими. Узкая тема нацелена на глубокое исследование конкретной научной проблемы, широкая – на исследование ряда смежных проблем. Изменение темы курсовой работы допускается в исключительных случаях по обоснованному ходатайству самого студента или по инициативе научного руководителя.

Структура работы включает введение, основную часть (представленную теоретической и практической главами), заключение, список использованной литературы, приложения (при необходимости).

Общий объем работы: 25-30 страниц без учета списка использованной литературы и приложений. Основной текст курсовой работы должен быть набран шрифтом Times New Roman размером 14 пт с полуторным межстрочным интервалом.

Обязателен научный стиль, который обеспечивает точность текста, его логичность, объективность, возможность рассмотрения дискуссионных вопросов. При написании курсовой работы следует избегать общих слов и рассуждений.

Работа над темой предполагает научную организацию труда студента. Она состоит из трех этапов: подготовительного, основного и заключительного.

На подготовительном этапе студент:

- определяет объект, предмет, цель, задачи, структуру и методы исследования;
- осуществляет поиск теоретической и эмпирической информации (работа с каталогами, составление списка литературы, работа с книгой, тезисы, конспектирование, ксерокопирование или оцифровка важного и интересного материала, разработка инструментария исследования) и определяет ее объем;
- тщательно систематизирует отобранный материал, изучает его и подготавливает краткую историографию проблемы исследования;
- составляет план курсовой работы и обсуждает его с научным руководителем.

На основном этапе студент:

- пишет черновой вариант работы, придерживаясь разработанного плана;
- обсуждает спорные и сложные вопросы с научным руководителем;
- работает над выводами по параграфам и главам;
- корректирует стиль изложения материала, сокращает текст, избавляется от смысловых повторов;
- оформляет иллюстративный (графики, иллюстрации, диаграммы) и научно-справочный аппарат работы (сквозные ссылки, библиографический список);
- корректирует разделы «Введение» и «Заключение»;
- оформляет приложения.

На заключительном этапе студент:

- исправляет работу в соответствии с замечаниями научного руководителя;
- пишет окончательный вариант работы с учетом требований научного оформления;
- представляет курсовую работу к защите.

3.5 Темы курсовых и дипломных работ

1. Особенности управления информационно-аналитической деятельностью в организации (тип организации на выбор)
2. Жизненный цикл управленческой информации
3. Информационно-аналитическая деятельность в системе поддержки принятия решений
4. Выявление потребностей как этап аналитического цикла в организации
5. Проактивная аналитика и ее задачи
6. Современные платформы бизнес-аналитики
7. Автоматизация аналитических процессов в организации
8. Разработка системы информационно-аналитического обеспечения управления библиотекой (организация на выбор)
9. Разработка системы информационно-аналитического обеспечения управления бизнес-организацией (организация на выбор)
10. Методика оценки эффективности информационно-аналитической деятельности в библиотеке
11. Повышение эффективности контент-стратегии организации на основе аналитических данных
12. Управление жизненным циклом аналитической задачи в условиях библиотеки
13. Управление данными в организации: подходы и практическая реализация
14. Оценка влияния аналитических решений на бизнес-показатели компании
15. Информационно-аналитическая служба в библиотеке
16. Аналитика пользовательского поведения в цифровой библиотечной среде
17. Библиотека как центр аналитической поддержки научных и образовательных проектов университета
18. Информационно-аналитическое сопровождение популяризаторских проектов
19. Аналитика в системе управления контентом
20. Аналитика вовлеченности аудитории как инструмент управления медиаресурсами библиотеки
21. Управление медиаресурсами на основе аналитики потребления
22. Аналитика аудитории научно-популярного ресурса
23. Современные технологии управления медийным контентом
24. Медийные научно-популярные проекты и оценка их эффективности

25. Медийный развлекательный контент как способ образования и самообразования
26. Научный дискурс в социальных сетях: популяризация науки в TikTok и Youtube
27. Геймификация в продвижении научных знаний
28. Геймификация в продвижении чтения и книжной культуры
29. Визуальный контент и его влияние на вовлеченность аудитории
30. Интерактивный контент и его влияние на вовлеченность аудитории

3.6 Перечень средств диагностики учебной деятельности студентов

Для управления образовательным процессом преподавателям рекомендуется использовать систему оценки «портфолио», вариативные модели управляемой самостоятельной работы. Для выявления уровня учебных достижений студентов рекомендуется применять следующие инструменты:

- устный опрос и мониторинг усвоения текущих материалов;
- выполнение исследовательских и творческих заданий;
- защита заданий, выполненных на практических занятиях;
- проектирование системы информационно-аналитической деятельности в разных типах организаций;
- проведение аналитики пользовательского опыта в библиотеке;
- комплексный анализ эффективности научно-популярного медиаресурса и разработки обоснованных рекомендаций по оптимизации его контент-стратегии;
- научный и медийный мониторинг тем и форматов популяризации научных знаний;
- выполнение проектов – создание прототипа научно-популярного продукта с полным аналитическим обоснованием;
- зачет.

Оценка учебных достижений обучающихся проводится с учетом их активности на лекциях, семинарах, практических занятиях, а также уровня выполнения управляемой самостоятельной работы.

4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

4.1 Учебно-методическая карта учебной дисциплины

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных занятий			Количество часов УСР	Форма контроля
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия		
	Введение					
1	Тема 1. Управление информационно-аналитической деятельностью в организации	2				
2	Тема 2. Процесс организации аналитической деятельности. Жизненный цикл аналитической задачи	2		2		
3	Тема 3. Инструменты информационно-аналитической деятельности	2				
4	Тема 4. Управление данными и качество данных	2				
5	Тема 5. Внедрение результатов аналитики	2				
6	Тема 6. Управление информационно-аналитической деятельностью в библиотечной сфере	4		2		
7	Тема 7. Информационно-аналитическое обеспечение продвижения научных знаний и популяризации науки	4	4		4	практ. задания
8	Тема 8. Аналитика в системе управления медиаресурсами	2	4		4	практ. задания
	Итого	20	8	4	8	

4.2 Рекомендуемая для изучения литература

Основная

1. Кудрявцева, И. Г. Основы бизнес-аналитики : учебно-методическое пособие / И. Г. Кудрявцева. – Москва : РТУ МИРЭА, 2025. – 237 с. – ISBN 978-5-7339-2548-6. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/498062> (дата обращения: 23.09.2025).

2. Медиаменеджмент и медиамаркетинг : учебное пособие / А. А. Нечитайло, А. А. Гнутова, Н. В. Прядильникова [и др.]. – Самара : Самарский университет, 2022. – 116 с. – ISBN 978-5-7883-1857-8. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/336710> (дата обращения: 20.09.2025).

Дополнительная

1. Бергер, Е. Г. Методология информационно-аналитической работы : учебно-методическое пособие / Е. Г. Бергер, Т. Е. Смоленцева, И. С. Гантц. – Москва : РТУ МИРЭА, 2023. – 119 с. – ISBN 978-5-7339-1932-4. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/382688> (дата обращения: 18.09.2025).

2. Бизнес-аналитика : учебное пособие / Н. А. Щербакова, А. А. Астра, А. А. Балабин [и др.]. – Новосибирск : НГТУ, 2022. – 110 с. – ISBN 978-5-7782-4852-6. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/404489> (дата обращения: 11.09.2025).

3. Глушановский, А. В. Научные знания, библиотеки и интернет – взаимодействие на современном этапе / А. В. Глушановский, Н. Е. Каленов // Научные и технические библиотеки. – 2020. – № 8. – С. 97-114. – URL: <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2020-8-97-114> (дата обращения: 20.09.2025).

4. Гушул, Ю. В. Информационно-аналитическое сопровождение: современные задачи и траектории развития / Ю. В. Гушул, Е. В. Тесля // Научные и технические библиотеки. – 2020. – № 1. – С. 24-44. – URL: <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2020-1-24-44> (дата обращения: 20.09.2025).

5. Дрейцер, Е. Д. Научно-информационное обеспечение исследований и разработок в области медицины: подходы и решения / Е. Д. Дрейцер, Н. В. Лопатина // Научные и технические библиотеки. – 2023. – № 5. – С. 77-95. – URL: <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2023-5-77-95> (дата обращения: 20.09.2025).

6. Дэвенпорт, Т. Аналитика как конкурентное преимущество : новая наука побеждать / Том Дэвенпорт, Джоан Харрис ; [пер. с англ. И. Матвеевой]. – Санкт-Петербург : BestBusinessBooks, 2010. – 256 с.

7. Митрошин, И. А. Новые горизонты популяризации науки в библиотеках / И. А. Митрошин, Н. А. Слащева // Научные и технические библиотеки. – 2024. – № 10. – С. 141-156. – URL: <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2024-10-141-156> (дата обращения: 20.09.2025).

8. Парыгин, Д. С. Системы поддержки принятия решений : учебно-методическое пособие / Д. С. Парыгин, Н. П. Садовникова. – Волгоград : ВолгГТУ, 2023. – 59 с. – ISBN 978-5-9948-4721-3. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/441572> (дата обращения: 18.09.2025).

9. Рысакова, П. И. Стратегии научной популяризации в цифровой медиасреде / П. И. Рысакова // Медиалингвистика. – 2022. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-nauchnoy-populyarizatsii-v-tsifrovoy-mediasrede> (дата обращения: 16.09.2025).

10. Стратегия управления данными организациями : учебно-методическое пособие / составители Е. Н. Ванчикова, И. В. Мацкевич. – Улан-Удэ : Бурятская ГСХА им. В.Р. Филиппова, 2024. – 96 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/442007> (дата обращения: 16.09.20).

11. Ударцева, О. М. Менеджмент библиотечных веб-ресурсов / О. М. Ударцева // Научные и технические библиотеки. – 2020. – № 2. – С. 105-124. – URL: <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2020-2-105-124> (дата обращения: 20.09.2025).

12. Юдина, И. Г. Информационно-аналитические услуги академической библиотеки на базе новостной научной информации / И. Г. Юдина, Е. А. Базылева // Библиотековедение. – 2019. № 68(5). – С. 475-483. – URL: <https://doi.org/10.25281/0869-608X-2019-68-5-475-483> (дата обращения: 20.09.2025).