

Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

Факультет информационно-документных коммуникаций  
Кафедра информационно-аналитической деятельности

СОГЛАСОВАНО  
Заведующий кафедрой

  
Н. Ю. Вайцехович  
«27» июня 2025 г.

СОГЛАСОВАНО  
Декан факультета

  
Ю. Н. Галковская  
«27» июня 2025 г.

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 Беларусь»;  
*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 Беларусь»  
(протокол от 08.05.2025 № 5);

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

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА</b>	<b>4</b>
<b>1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ</b>	<b>7</b>
Содержание учебного материала	7
<b>2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ</b>	<b>13</b>
2.1 Задания к семинарским занятиям	13
2.2 Задания к практическим работам	18
<b>3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b>	<b>22</b>
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
<b>4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ</b>	<b>35</b>
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 управление 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, ИТ) 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. Тестиирование 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 управлеченческих 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-стейардов 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. Инstrumentальные 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 управленические 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, прогнозные 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, обоснованностьправленческих 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. Эдьютеймент 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 организаций. 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. Аналитика 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 компаний, 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 поддержать 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 устраниить?

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 (КПИ) 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 охранной 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 офлайн, 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 офлайн).*

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 срываы 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, простоя 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/кatalogизаторов/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/Эдьютеймент): 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:

– Качественные 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). Проанализируете 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 научноп-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,

проводить 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 эдьютеймент 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 готовит 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
	<b>Итого</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	

## **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. Гнотова, 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).