

*Федеральное агентство по образованию*  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ГОУВПО «АмГУ»

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой МиП

\_\_\_\_\_ Е.И.Красникова

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2007г.

ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

для специальности 080111 – «Маркетинг»

Составитель: Красникова Е.И.

Благовещенск

2007 г.

Печатается по решению  
редакционно-издательского совета  
экономического факультета  
Амурского государственного  
университета

Красникова Е.И.

Учебно-методический комплекс по дисциплине «Введение в специальность» для студентов очной, формы обучения специальности 080111 «Маркетинг». - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2007. – 9с.

Учебно-методические рекомендации ориентированы на оказание помощи студентам очной формы обучения по специальности 080111 «Маркетинг» для формирования специальных знаний по дисциплине «Введение в специальность».

Содержание

|  |   |
|--|---|
| 1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе | 4 |
| 1.1 Цель дисциплины                                      | 4 |
| 1.2 Задачи дисциплины                                    | 4 |
| 2. Содержание дисциплины                                 | 4 |
| 2.1 Практические и семинарские занятия                   | 5 |
| 2.2 Самостоятельная работа                               | 7 |
| 3. Учебно-методические материалы по дисциплине           | 8 |

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

1.1 Цель дисциплины – формирование знаний об информационных ресурсах и системах, особенностях специальности 080111.

1.2 Задачи дисциплины:

- изучение нормативных баз учебного процесса в университете;
- ознакомление с учебным планом специальности;
- получение практических навыков работы в библиотеке.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина относится к блоку общематематических и естественно-научных дисциплин специальности 080111 «Маркетинг».

ГОСВПО отсутствует.

В процессе изучения дисциплины студент **должен знать:**

- ГОСВПО по специальности;
- учебный план и график учебного процесса;
- систему современной библиографии;
- справочный аппарат научной работы.

Студент **должен уметь:**

- осуществлять библиографический поиск информации;
- пользоваться электронными каталогами, информационно-поисковыми

системами.

**Формы учебной работы:**

- практические знания;
- самостоятельная работа.

**Формы контроля знаний:**

- написание рефератов;

- зачет.

2.1 Практические и семинарские занятия, их содержание и объем в часах.

Тематический план практических занятий

| Наименование темы   | Количество часов |
|---|------------------|
| 1. Правовое регулирование образовательной деятельности в АмГУ.                | 2                |
| 2. Государственный образовательный стандарт специальности 080111 «Маркетинг». | 2                |
| 3. Маркетолог значимость и особенности профессии.                             | 4                |
| 4. Учебный план специальности.  | 2                |
| 5. Система современной библиографии.  | 4                |
| 6. Библиографическое описание   | 2                |
| 7. Информационные ресурсы   | 2                |
| ИТОГО   | 18               |

### **Тема 1. Правовое регулирование образовательной деятельности в АмГУ.**

Устав АмГУ – основной нормативный документ. Особенности образовательной деятельности университета. Права и обязанности студентов АмГУ.

### **Тема 2. Государственный стандарт специальности 080111 «Маркетинг».**

Требования к обязательному минимуму содержания образовательной программы по специальности. Учебно-методическое обеспечение учебного процесса. Сроки освоения основной образовательной программы формы обучения по специальности.

### **Тема 3. Маркетолог: Значимость и особенности профессии.**

Квалифицированная характеристика, область и объекты профессиональной деятельности маркетинга. Требование к уровню подготовки специалистов. Место маркетинговой службы в структуре управления организацией. Состав службы. Права и обязанности специалистов маркетинговой службы.

#### **Тема 4. Учебный план специальности.**

График учебного процесса. Бюджет времени по видам обучения. Состав блоков дисциплин специальности. Значение дисциплин регионального компонента. Факультативные занятия. Основные виды занятий. Формы итогового контроля знаний: экзамен, зачет, курсовая работа.

#### **Тема 5. Система современной библиографии. Справочно-поисковый аппарат библиотеки. Методика библиографического поиска.**

Система современной библиографии. Поисковая и коммуникативные функции библиографии. Библиографическая информация. Библиографическая запись. Библиографическая систематизация. Библиотечно-библиографическая классификация. Система каталогов и карточек. Система библиографических пособий. Классификация библиографии. Методика библиографического поиска.

#### **Тема 6. Библиографическое описание. ГОСТ 7.1-84. Справочный аппарат научной работы.**

Общие требования и правила составления библиографического описания ГОСТ 7.1-84. Методика составления библиографического описания. Особенности библиографического описания. Правила оформления справочного аппарата к курсовым и дипломным работам.

#### **Тема 7. Информационные ресурсы и информационно – поисковые системы. Электронные каталоги библиотеки.**

Библиотечно-информационная система Библиотека 4.02. Информационно-поисковые языки. Электронные каталоги библиотеки. Информационные ресурсы. Методика информационно-библиотечного поиска.

2.2 Самостоятельная работа.

Подготовка рефератов на тему:

1. Маркетолог – профессия XXI века.
2. Анализ рынка труда специалистов по маркетингу.
3. Анализ состояния спроса на рынке труда маркетологов Амурской области.
4. Положение о службе маркетинга.
5. Квалификационные требования к специалистам.
6. Будущее специальности.
7. Особенности подготовки специалистов по маркетингу за рубежом.
8. Опыт маркетинговой деятельности зарубежных фирм.
9. Практический опыт маркетинговой деятельности российских предприятий.
10. Маркетологи планеты.

### 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

## **Основная литература**

1. ГОСТ 7.1 – 84 Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления. Взамен ГОСТ 7.1 – 76 Введен 31.0384. - М.: Издательство стандартов, 1984. – 78с.

2. Шрайберг Я.Л. Интернет –ресурсы и услуги для библиотек: Учебное пособие / Шрайберг Я., Гончаров М.В., Шлыкова О.В. – М.: ГПНТБ, 2000. – 140с.

3. Российская национальная библиография. – М.: Российская книжная планета, 1997. – CD – ROM.

4. Стандарт предприятия: Проекты (работы) дипломные и курсовые работы. Правила оформления. – Благовещенск: Издательство Амурский гос. университет, 2006. – 40с.

5. Устав Амурского государственного университета. – Благовещенск.

6. Учебный план специальности 080111 «Маркетинг».

## **Дополнительная литература.**

1. Библиотека 4.02 Руководство пользователя. – М.: АО Библиотечная компьютерная сеть. – 1994.

2. Введение в правовую информатику: Справочные правовые системы. Консультант Плюс: Учебник / Под общей редакцией Д.Б. Новикова, В.Л. Камынина. – М.: НПО Вычислит. Техника, 1999.

3. Составление библиографического описания: Краткие правила. – М.: Либерия, 1991. – 224с.

4. Степанов В. Практические уроки Интернет для библиотекарей. – М.: Либерия, 1998. – 64с.

## **Методическое обеспечение**

1. Иениш Е.В. Библиографический поиск в научной работе: Справочные пособия / Под ред. И.К. Кирпичева. – М.: Книга, 1982. – 247с.

2. Основы информационно – библиографических знаний: Учебно-методическое пособие. – Воронеж: издательство Воронежского гос. ун-та, 1996.