

Брежнева, В. В. Информационное обслуживание: продукты и услуги, предоставляемые библиотеками и службами информации предприятий / В. В. Брежнева, В. А. Минкина ; СПбГУКИ. - 2-е изд., перераб. – Санкт-Петербург : Профессия, 2006. - 304 с. - (Библиотека).

Во втором издании учтены изменения нормативно-правовой базы информационного обслуживания, более подробно рассмотрены проблемы менеджмента качества.

Информационное обслуживание в издании рассматривается с позиции сервисной деятельности. Авторами подробно охарактеризованы свойства информационных потребностей, пути их выявления, описаны причины неопределенности читательских запросов и представлена методика их уточнения.

Специальный раздел книги посвящен рассмотрению современных информационных продуктов и услуг, методике составления проблемно-тематических указателей литературы, дайджестов, досье, формированию БД, информационному сопровождению патентных и маркетинговых исследований. Проанализированы также проблемы формирования ассортиментной политики, ценообразования и продвижения информационной продукции, управления ее качеством. Рассмотрены методика и организация обслуживания.

Издание адресовано руководителям библиотек и сотрудникам отделов обслуживания, научно-методических отделов и библиографических подразделений.

Содержание

Предисловие.....	4
Глава 1. Информационное обслуживание как сервисная деятельность.....	7
1.1. Сервис и сервисная деятельность: современные представления.....	8
1.2. Эволюция представлений о задачах и содержании информационного обслуживания.....	13
1.3. Сервисный подход к информационному обслуживанию..	19
Глава 2. Наука - информационной практике: результаты исследований, значимые для информационного сервиса	23
2.1. Свойства информационных потребностей.....	24
2.2. Свойства социальной информации.....	34
2.3. Особенности документального потока.....	37
2.4. Разрешающие возможности аналитико-синтетической переработки информации.....	45
Глава 3. Информационная продукция: свойства и типология.....	57
3.1. Потребительские требования к информационной продукции.....	58
3.2. Виды информационных продуктов и услуг.....	71
Глава 4. Рынок информационных продуктов и услуг.....	83
4.1. Субъекты информационного рынка и цели их изучения..	84
4.2. Основные группы пользователей. Представление о «своих» и «сторонних» пользователях.....	85
4.3. Производители информационной продукции	89
4.4. Пути изучения товарно-фирменной структуры информационного рынка.....	97
Глава 5. Информационные потребности и пути их выявления.....	105
5.1. Признаки информационных потребностей, значимые для обслуживания.....	106
5.2. Пути выявления информационных потребностей: общие положения.....	110
5.3. Пути выявления информационных потребностей в библиотеках, являющихся самостоятельными учреждениями	112

5.4. Выявление информационных потребностей в службах информации и библиотеках - структурных подразделениях учреждений.....	116
Глава 6. Создание информационной продукции различных видов.....	123
6.1. Услуги документального (библиотечного) обслуживания..	124
6.2. Библиографические продукты и услуги.....	132
6.3. Фактографическая информационная продукция.....	143
6.4. Комплексные информационные мероприятия.....	160
6.5. Информационная продукция как результат информационных исследований.....	167
6.6. Консультационные услуги.....	193
Глава 7. Управление качеством информационной продукции.....	201
Глава 8. Маркетинг информационной продукции.....	211
8.1. Разработка товарной номенклатуры.....	212
8.2. Стоимость информационной продукции и пути ее определения.....	216
8.3. Продвижение информационной продукции: интегрированный подход.....	229
Заключение.....	248
Список литературы.....	250
Приложения.....	257
Предметный указатель.....	297