

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.02.02
«Ценообразование в издательской сфере» ОФО

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы (108 часов, из них – 24,3 часа аудиторной нагрузки: практических 24 ч., 0,3 ч. ИКР; 48 часов самостоятельной работы; 35,7 ч. контроль)

Цель дисциплины:

Цель дисциплины «Ценообразование в издательской сфере» заключается в формировании основных знаний и навыков студентов в вопросах ценообразования. Параллельно изучаются основы финансовой деятельности издающей организации и ее маркетинговой стратегии.

Задачи дисциплины:

1. Дать студентам знания об особенностях издательской продукции и деятельности, классификации и составе затрат, включаемых в себестоимость издательской продукции;
2. Сформировать представление об основах налогообложения, финансовой деятельности и маркетинговой стратегии издающих организаций;
3. Расширить знания магистрантов в области методов расчета цен на издательскую продукцию и полиграфическую работу.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Данная дисциплина относится к Базовому блоку «Вариативная часть». Данный предмет тесно связан с иными дисциплинами учебного плана. Например, «Издательское планирование» или «Экономика и менеджмент СМИ». Знания и навыки, полученные студентам при изучении данного предмета, будут полезны при изучении следующих дисциплин: «Актуальные проблемы издательского дела и полиграфии», «Бухгалтерский учет и аудит в издательской сфере».

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-3, ПК-19, ПК-21

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-3	способность генерировать новые идеи и находить творческие решения профессиональных задач	Особенности функционирования издательского предприятия	Корректировать ценовую политику издательства в соответствии с условиями рынка	Навыками анализа финансовой деятельности издательской организации
2.	ПК-19	способность формировать маркетинговую стратегию издающей организации	Особенности издательской продукции и издательской деятельности	Определять основные факторы, определяющие себестоимость издательской продукции	Методами расчета цен на издательскую продукцию и полиграфические работы

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
3.	ПК-21	способность участвовать в формировании ценовой политики издающей организации	Особенности налогообложения в издательской деятельности	Классифицировать затраты, включаемые в себестоимость издательской продукции	Навыками калькулирования затрат на издательском предприятии

Основные разделы дисциплины:

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Особенности издательской продукции и издательской деятельности	11	-	4	-	7
2.	Классификация и состав затрат, включаемых в себестоимость издательской продукции	11	-	4	-	7
3.	Калькулирование затрат на полиграфическом предприятии	11	-	4	-	7
4.	Особенности налогообложения в издательской деятельности	10	-	3	-	7
5.	Основные факторы, определяющие величину себестоимости издательской продукции	10	-	3	-	7
6.	Методы расчета цен на издательскую продукцию	10	-	3	-	7
7.	Методы расчета оптовых цен на полиграфические работы	9	-	3	-	6
	ИКР	0,3	-	-	-	-
	Контроль	35,7	-	-	-	-
	<i>Всего:</i>	108	-	24	-	48

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия/семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента.

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Липсиц, И. В. Ценообразование. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 336 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02867-6.
2. Пикок, Д. Основы издательского дела / Д. Пикок. - 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 473 с. : ил., табл. -

- Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL:
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428991> (17.01.2018).
3. Магомедов, М.Д. Ценообразование : учебник / М.Д. Магомедов, Е.Ю. Куломзина, И.И. Чайкина. - 3-е изд., перераб. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2017. - 248 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02663-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454085> (17.01.2018).
 4. Кузнецов, Б.А. Экономика и организация издательской деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Омега-Л, 2012. — 359 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/5521>. — Загл. с экрана.
 5. Эриашвили, Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг : учебное пособие / Н.Д. Эриашвили. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 302 с. - ISBN 978-5-238-01485-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436699> (17.01.2018).

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

Автор РПД – Цаканян А.А., канд. филол. наук, доцент кафедры издательского дела и медиатехнологий