

АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.В.ДВ.08.01 «Региональный издательский рынок»

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы - 108 часов, из них – 24,3 часа контактных: 24 часа практических; 0,3 часа ИКР; 30 часов самостоятельной работы, 53,7 часа контроля.

Цель дисциплины – Дисциплина преподается в целях формирования у студентов представления о рынке книжных изданий как сегменте мирового и национального рынков товаров и услуг, о его структуре и субъектах.

Задачи дисциплины:

- изучение структуры мирового и отечественного книжного рынка;
- знакомство с ведущими игроками (субъектами) рынка книжных изданий;
- развитие навыков анализа книжного рынка.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины по выбору» учебного плана для направления подготовки 42.04.03 "Издательское дело" (Магистратура) по специализации "Продвижение и распространение издательской продукции". Курс «Региональный издательский рынок» опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Издательское планирование», «Проектирование изданий». Не дублируя теоретические положения предыдущих курсов, изучение направлено на определение задач коммуникационного менеджмента в организации, повышение эффективности управления издательскими процессами.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных/профессиональных компетенций (ОК/ПК)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-1	способностью учитывать тенденции развития рынка печатных и электронных средств информации при формировании издательского портфеля	Знать специфику рыночных тенденций печатных и электронных изданий при построении их типологии	Уметь формировать типологии издательской продукции по данным рынка	Владеть навыками построения типологии печатных и электронных изданий по данным рынка
2.	ПК-28	способностью изучать и обобщать исторический опыт предпринимательства в издательском деле и достижения современной практики	Знать основные этапы развития регионального рынка книжной продукции	Уметь рассматривать современное состояние регионального рынка в связи с исторически заложенными тенденциями и	Владеть историческим методом анализа реальной конъюнктуры регионального издательского рынка

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
				процессами	
3.	ПК-30	способностью анализировать и обобщать опыт работы основных структурных подразделений предприятий и организаций издательского дела	Знать зарубежный и отечественный опыт рыночной деятельности и маркетинговых мероприятий издательских предприятий в парадигме региональной экономической среды	Уметь анализировать и обобщать данные, характеризующие особенности работы структурных подразделений предприятий и организаций издательского дела	Владеть навыками экономического и маркетингового анализа деятельности предприятий и организаций издательского дела

Основные разделы дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 11 семестре (для студентов ОФО)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Введение в дисциплину Основные показатели рынка книжных изданий. Сегментация рынка книжных изданий.	7		3		4
2.	Мировой рынок книжных изданий. Ведущие зарубежные книжные издательства и книгораспространители.	7		3		4
3.	Российский рынок книжных изданий. Ведущие издательства РФ.	7		3		4
4.	Ведущие книгораспространители РФ.	7		3		4
5.	Мониторинг российского книжного рынка. Динамика рынка книжных изданий РФ.	7		3		4
6.	Потребитель российского рынка книжных изданий.	7		3		4
7.	Региональный рынок книжных изданий.	9		3		6
8.	Современное книгоиздание и книгораспространение в Краснодарском крае.	9		3		6

9.	ИКР	0,3				
10.	Контроль	53,7				
	Всего:	108		24		30

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Перечень основной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

1. Попов С.А. Актуальный стратегический менеджмент. Видение - цели - изменения: учеб.-практич. пособие/ С.А. Попов. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 448 с. [Электронный источник] <https://biblio-online.ru/viewer/A10622EA-FF40-4578-8360-001863335627/aktualnyy-strategicheskiy-menedzhment-videnie-celi-izmeneniya#page/2>
2. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. - М. : Дашков и К°, 2017. - 294 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454102&sr=1.
3. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ [Электронный ресурс] : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Л. Иваницкий. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 253 с. - <https://www.biblio-online.ru/book/A3226321-9EF1-4DD2-A7B4-7E9AA9C73464>.

Автор РПД: Утков Г.Н., к. филол. н., доцент.