

АННОТАЦИЯ
дисциплины Б1.В.ДВ.6.1 «Издательские стратегии» ОФО

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы (108 часов, из них – 48 часа аудиторной нагрузки: практических 48 ч.; 59,6 часов самостоятельной работы, 0,4 ч. ИКР).

Цель дисциплины: рассмотреть технологии разработки стратегий развития и деятельности издательства и сформировать компетенции необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

Задачи дисциплины:

1. рассмотреть общее понятие стратегии;
2. рассмотреть современные методы и возможности в издательских стратегиях;
3. проанализировать стратегии из российской издательской практики;
4. исследовать новые технологии и издательские стратегии.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

При изучении дисциплины используются знания, полученные в ходе изучения курса «Дизайн периодического издания». Изучение дисциплины «Проектирование изданий» расширяет знания, полученные в ходе изучения курса «Редакторская подготовка периодического издания». Дисциплина закладывает основы для усвоения дисциплины «Издательское планирование».

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-3, ПК-1, ПК-10, ПК-19.

№	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	современные проекты из российской издательской практики; технологии проектирования книжного издания	использовать полученные теоретические знания на практике; разрабатывать модель инновационного издательского проекта	технологиям и проектированию книжного издания
2	ПК-1	способность учитывать тенденции развития рынка печатных и электронных средств информации при формировании издательского портфеля	особенности репертуара, видо-типологические особенности печатных и электронных изданий, особенности их редакционной подготовки, дизайна	разрабатывать издательские стратегии, формировать и реализовывать тематические планы в издательских предприятиях.	методологии и теоретического изучения современных книговедческих и медиакommunikationных проблем

№	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
3.	ПК-10	способность выявлять общественную потребность в издательской продукции и оценивать покупательский спрос	основные маркетингово-исследовательские концепции	формировать маркетинговую политику издательского предприятия	основными технологиями и распространения издательской продукции
4.	ПК-19	способность формировать маркетинговую стратегию издающей организации	особенности отечественного издательского маркетинга и менеджмента в издательской сфере	практически использовать теоретические знания по издательскому маркетингу	базовыми знаниями издательского маркетинга

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в семестре 9

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Общее понятие стратегии	18		4		14
2.	Основные типы стратегий	8		4		4
3.	Современные издательские стратегии в области литературно-художественного книгоиздания	20		8		12
4.	Стратегии развития издательских домов	21,8		6		15,8
	Обзор пройденного материала. Прием зачета	4		2		2
	<i>Итого по дисциплине:</i>			24		47,8

Разделы дисциплины, изучаемые в семестре А

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Инновационная издательская деятельность	16		12		4
2.	Новые технологии и издательские стратегии	15,8		10		5,8
	Обзор пройденного материала. Прием зачета	4		2		2
	<i>Итого по дисциплине:</i>			24		11,8

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Костюк К.Н. Книга в новой медийной среде. - Москва : Директ-Медиа, 2015. - 432 с. : [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363771>
2. Эриашвили Н. Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг : учебное пособие - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 302 с. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436699>.

Автор РПД: Носаев Д.А., к. филол.н.