Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор



Хагуров Т.А.

2018г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.Б.25 Основы теории и практики распространения издательской продукции
(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.03 Издательское дело
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) /специализация
Редакционно-издательская деятельность
(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки прикладная
(прикладная /прикладная)

Форма обучения заочная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины Б1.Б.25 «Основы теории и практики распространения издательской продукции» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, профиль (направленность) «Редакционно-издательская деятельность»

Программу составил(и):

Ищенко Д.С., доцент, канд. филол. наук

подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.Б.25 «Основы теории и практики распространения издательской продукции» утверждена на заседании кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии
протокол № 11 «23» апреля 2018 г.
И.о. заведующего кафедрой (разработчика) Абрамова Г.А.

подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии
протокол № 11 «23» апреля 2018 г.
И.о. заведующего кафедрой (выпускающей) Абрамова Г.А.

подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 15-18 «25» апреля 2018 г.
Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.

подпись

Рецензенты:

В.А. Остапенко, генеральный директор ООО «Кубаньпечать»

Р.И. Мальцева, доктор филол. наук, профессор кафедры электронных средств массовой информации и новых медиа

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины.

Цель дисциплины – изучение процесса распространения издательской продукции. В процессе освоения дисциплины студенты изучают инновационные методы распространения и продвижения издательской продукции, осваивают навыки предпринимательства.

1.2 Задачи дисциплины.

– изучение процесса распространения издательской продукции;

– анализ современных методов распространения и продвижения продукции издательства;

– изучение правовых, финансовых и организационных аспектов издательской деятельности.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Основы теории и практики распространения издательской продукции» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. Она имеет тесную связь с такими дисциплинами, как «Предпринимательство в профессиональной сфере», «Искусство бизнес-презентации» и т.д. Основой для изучения дисциплины являются знания и навыки, полученные в результате освоения следующих дисциплин «Экономика издательского дела», «Менеджмент в издательском деле», «Маркетинг в издательском деле».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-5, ПК-27, ПК-30, ПК-31, ПК-32.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-5	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Основные принципы коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Применять возможности коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
2.	ПК-27	Способность организовать информационно-библиографическую деятельность по продвижению и распространению издательской продукции	Каналы распространения издательской продукции	Разрабатывать методику работы с каждым конкретным каналом	Навыками организации процесса распространения издательской продукции

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
3.	ПК-30	Способность формировать ассортимент предприятий распространения издательской продукции на основе изучения спроса и предложения	Специфику работу с издательским ассортиментом	Выполнять корректировку ассортиментной политики издательства в зависимости от результатов исследования	Навыками работы с различными ассортиментными группами
4.	ПК-31	Способность анализировать клиентскую базу	Особенности работы с различными группами клиентов	Определять читательские запросы клиентов	Навыками работы с клиентской базой
5.	ПК-32	Способность осуществлять обслуживание оптовых и розничных покупателей	Специфику организации розничной и оптовой торговли	Организовать процесс распространения издательской продукции	Навыками взаимодействия с поставщиками, партнерами, клиентами

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа, из них – 22,3 часа контактной нагрузки: лекционных 8 ч., практических 8 ч., лабораторных 6 ч., 0,3 ч. ИКР,113 часов самостоятельной работы, 8,7 ч. контроль), их распределение по видам работ представлено в таблице

(для студентов ЗФО)

Вид учебной работы	Всего часов	Курсы (часы)
		5
Контактные часы, в том числе:	22,3	22,3
Аудиторные занятия (всего)	22	22
В том числе:		
Занятия лекционного типа	8	8
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	8	8
Лабораторные занятия	6	6
Иная контактная работа:		
Контроль самостоятельной работы (КСР)	-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3	0,3
Самостоятельная работа (всего)	113	113
В том числе:		
Проработка учебного (теоретического) материала	30	30
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	20	20
Реферат	20	20
Коллоквиум	13	13
Подготовка к текущему контролю	30	30

Контроль			
Подготовка к экзамену		9	9
Общая трудоемкость	Час.	144	144
	В том числе контактная работа	22,3	22,3
	зач. ед.	4	4

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам (темам) дисциплины.

Разделы (темы)дисциплины, изучаемые на 5 курсе*(заочная форма)*

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Специфика издательской продукции и рынка. История и современное состояние	12	1	1	-	10
2.	Издательство как особая форма предпринимательской организации	12	1	1	-	10
3.	Продукция издательства в условиях рынка	22	1	1	-	20
4.	Ценообразование в издательской сфере	22	1	1	-	20
5.	Каналы распространения и работа с аудиторией	24	1	1	2	20
6.	Ассортимент как основа издательской деятельности	14	1	1	2	10
7.	Маркетинг в издательском деле. Инновационные формы распространения издательской продукции	12	1	1	-	10
8.	Продвижение издательской продукции. Менеджмент в издательском деле: организация процесса сбыта и продвижения	17	1	1	2	13
	Итого по дисциплине:		8	8	6	113

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

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Специфика издательской продукции и рынка. История и современное состояние	Издательская продукция: сущность, классификация, особенности существования в условиях рынка. Специфика издательского рынка. История развития книгоиздательского рынка в России и мире.	*К*
2.	Издательство как особая форма предпринимательской организации	Правовые формы предпринимательства. Законодательные акты. Виды договоров. Взаимодействие в процессе распространения продукции: поставщики, партнеры, работники, клиенты и т.д.	-
3.	Продукция издательства в условиях рынка	Законы спроса и предложения. Циклы воспроизводства. Основной и оборотный капитал. Ис-	*К*

		точники пополнения капитала. Доход, издержки, прибыль	
4.	Ценообразование в издательской сфере	Понятие издательской себестоимости. Регулирующая роль цены. Отпускная цена издания. Формирование цены. Факторы, влияющие на величину прибыли. Цена равновесия.	-
5.	Каналы распространения и работа с аудиторией	Каналы распространения издательской продукции. Исследование рынка. Организация сбыта товарной продукции. Планирование реализации и товарного покрытия.	*К*
6.	Ассортимент как основа издательской деятельности	Ассортимент книжного магазина: специфика формирование, выявление спроса, работа с различными ассортиментными группами	*К*
7.	Маркетинг в издательском деле. Инновационные формы распространения издательской продукции	Маркетинг как неотъемлемая составляющая в книгораспространении. Инструменты книжного маркетинга. Цели маркетинговой деятельности издательства. Планирование и бюджет маркетинга. Электронные библиотеки, интернет-продажи и т.д.	*К*
8.	Продвижение издательской продукции Менеджмент в издательском деле: организация процесса сбыта и продвижения	SMM, контент-маркетинг, интернет-продажи, таргетированная реклама, Управление процессом распространения издательской продукции. Планирование: виды планов, сущность и задачи стратегического планирования. Организация управления фирмой. Система подготовки и принятия решений.буктрейлеры и т.д.	*К*

Примечание: К – конспект

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Специфика издательской продукции и рынка. История и современное состояние	Научные, научно-популярные, справочные, учебные, литературно-художественное, журнальные, рекламные, информационные, детские издания: особенности подготовки в условиях жесткой конкуренции. Анализ деятельности современных российских издательств. Тенденции развития зарубежного издательского рынка.	-
2.	Издательство как особая форма предпринимательской организации	Книжное дело как культурный и деловой процесс. Понятия «репутация», «имидж фирмы», «корпоративная психология», «философия фирма» и их влияние на процесс распространения издательской продукции	-
3.	Продукция издательства в условиях рынка	Специфика книжной продукции с точки зрения социологии и психологии чтения: влияние данного фактора на процесс распространения. Книжный рынок России. Оптовая и розничная книжная торговля.	К

4.	Ценообразование в издательской сфере	Финансовые потоки книготоргового предприятия. Ценовая политика. Формирование отпускной, оптовой и розничной цены издания	-
5.	Каналы распространения и работа с аудиторией	Исследование рынка. Многообразие ниш книжного рынка и выбор направления деятельности. Взаимодействие издательства и клиентов. Специфика работы с различными каналами распространения	К
6.	Ассортимент как основа издательской деятельности	Методы работы с различными ассортиментными группами: анализ эффективности.	К
7.	Маркетинг в издательском деле.	Стимулирования сбыта. Методы и способы реализации политики стимулирования сбыта в издательском маркетинге.	Р
8.	Продвижение издательской продукции Менеджмент в издательском деле: организация процесса сбыта и продвижения	Реклама, связи с общественностью, smm и иные методы продвижения издательской продукции. Опыт российских издательств: выявление эффективных методов. Стадии развития фирмы. Организационный бизнес-план, предпринимательский риск. Работа с поставщиками, партнерами, персоналом, клиентами. Управление качеством.	-

Примечание: К – коллоквиум, Р – реферат

2.3.3 Лабораторные занятия.

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
1.	Современный российский рынок: проблемы и перспективы	-
2.	Формы предпринимательства в издательской сфере	-
3.	Разработка плана реализации конкретной ассортиментной группы	П
4.	Ценовая политика современных издательств: российский и зарубежный опыт	-
5.	Разработка исследования по изучению читательского спроса	-
6.	Разработка проекта конкретного издательства: формирование его ассортиментной и ценовой политики	-
7.	Продолжение проекта: отбор инструментов книжного маркетинга, а также каналов распространения	П
8.	Продолжение проекта: отбор методов по продвижению продукции на рынок, а также способов взаимодействия с аудиторией	П

Проект (П), написание реферата (Р), эссе (Э)

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы

1	2	3
1	Подготовка к практическим занятиям	Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. Краснодар, 2017.
2	Самостоятельная проработка теоретического материала	1. Клепик М.С. Увеличение продаж без особых материальных затрат: клиентинг без бюджета [Электронный ресурс] — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 88 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56322. 2. 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 . 3. Бузин, В.Н. Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 492 с. : табл., граф., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01769-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785 4. Голова А.Г. Управление продажами: Учебник [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 280 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56327.
3	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	1. Клепик М.С. Увеличение продаж без особых материальных затрат: клиентинг без бюджета [Электронный ресурс] — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 88 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56322. 2. 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 . 3. Бузин, В.Н. Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 492 с. : табл., граф., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01769-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785 4. Голова А.Г. Управление продажами: Учебник [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 280 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56327.
4	Подготовка к коллоквиуму	1. Клепик М.С. Увеличение продаж без особых материальных затрат: клиентинг без бюджета [Электронный ресурс] — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 88 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56322. 2. 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 . 3. Бузин, В.Н. Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 492 с. : табл., граф., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01769-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785 4. Голова А.Г. Управление продажами: Учебник [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 280 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56327.
5	Подготовка реферата	1. Клепик М.С. Увеличение продаж без особых материальных затрат: клиентинг без бюджета [Электронный ресурс] — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 88 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56322. 2. 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 . 3. Бузин, В.Н. Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 492 с. : табл., граф., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01769-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785 4. Голова А.Г. Управление продажами: Учебник [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 280 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56327.
6	Написание эссе	1. Клепик М.С. Увеличение продаж без особых материальных затрат: клиентинг без бюджета [Электронный ресурс] — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 88 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56322. 2. 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 . 3. Бузин, В.Н. Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 492 с. : табл., граф., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01769-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785 4. Голова А.Г. Управление продажами: Учебник [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 280 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56327.

7	Разработка проекта	1. Клепик М.С. Увеличение продаж без особых материальных затрат: клиентинг без бюджета [Электронный ресурс] — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 88 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56322. 2. 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 . 3. Бузин, В.Н. Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 492 с. : табл., граф., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01769-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785 4. Голова А.Г. Управление продажами: Учебник [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 280 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56327.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

При изучении дисциплины «Основы теории и практики распространения издательской продукции» используются следующие образовательные технологии: лекции, практические и лабораторные занятия, коллоквиумы, рефераты, эссе, проекты.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

Примерные темы рефератов:

1. Распространение издательской продукции на российском рынке: анализ эффективности современных методов.
2. Каналы распространения издательской продукции: традиционные и инновационные
3. Специфика работы с различными каналами распространения издательской продукции
4. Факторы, оказывающие влияние на реализацию книжной продукции

5. Оборот розничной книжной торговли
6. Максимизация прибыли издательства
7. Сбытовая стадия редакционно-издательского процесса
8. Организация договорного процесса в издательской сфере
9. Анализ результатов изучения читательского спроса
10. Сегментирование рынка
11. Специфика книжной продукции с точки зрения социологии и психологии чтения: влияние данного фактора на процесс распространения.
12. Книжный рынок России.
13. Оптовая и розничная книжная торговля.
14. Финансовые потоки книготоргового предприятия.
15. Ценовая политика. Формирование отпускной, оптовой и розничной цены издания
16. Исследование рынка. Многообразие ниш книжного рынка и выбор направления деятельности.
17. Взаимодействие издательства и клиентов.
18. Специфика работы с различными каналами распространения
19. Исследования читательских интересов и потребностей
20. Организация сбыта и товарной политики
21. Планирование реализации и товарного покрытия
22. Ассортимент книжного магазина
23. Специфика формирования ассортимента
24. Работа с различными ассортиментными группами
25. Особенности работы с детской литературой
26. Особенности работы с учебной литературой
27. Государственное предпринимательство в книготорговле
28. Инструменты маркетинга в издательской сфере
29. Реклама как метод продвижения книг на рынок
30. ПР как часть кампании по продвижению организации и товара
31. Книжные ярмарки в России и мире
32. Факторы, оказывающие влияние на реализацию книжной продукции
33. Маркетинг как неотъемлемая составляющая в книгораспространении
34. Буктрейлеры в продвижении издательской продукции (виды и этапы создания)

Примерная тематика коллоквиума:
«Каналы распространения и работа с аудиторией»

1. Методы исследования рынка в издательской сфере
2. Формирование и коррекция политики сбыта в зависимости от результата исследования
3. Взаимодействие клиента и издательства как основа для изучения спроса и формирования имиджа издательства
4. Современные каналы распространения издательской продукции: анализ эффективности

Эссе:

Студентам предлагается написать эссе на тему «Современный российский рынок: проблемы и перспективы». Объем – 3-5 стр. рукописного текста. В процессе подготовки материала студент должен продемонстрировать теоретические познания в сфере издательского предпринимательства, а также умение анализировать современные тенденции развития книжного рынка.

Проект:

В процессе нескольких лабораторных занятий студенты имеют возможность продемонстрировать полученные знания на практике. Предполагается деления курса на груп-

пы, каждая из которых будет отвечать за разработку конкретного издательства. В результате каждая группа должна представить проект, в котором будет прописано следующее:

1. Название и структура вымышленного издательства;
2. Целевая аудитория;
3. Ассортиментные группы;
4. Описание ценовой политики;
5. Каналы распространения продукции;
6. Описание маркетинговой политики;
7. Перечень методов продвижения продукции;
8. Оперативный и стратегический планы;
9. План развития.

4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

4.2.1 Перечень вопросов к экзамену:

1. Особенности рынка издательской продукции
2. Современный российский рынок: проблемы и перспективы
3. Книжная торговля как форма предпринимательства
4. История развития книжного рынка в России и за рубежом
5. Правовые формы предпринимательства в сфере книгораспространения
6. Взаимодействие с поставщиками продукции
7. Взаимодействие с партнерами
8. Работа с персоналом
9. Взаимодействие издательства с клиентами в книготорговом бизнесе
10. Закон спроса и предложения
11. Доход, издержки, прибыль в сфере распространения издательской продукции
12. Издательская себестоимость
13. Отпускная цена издания
14. Каналы распространения издательской продукции
15. Методы исследования рынкаиздательской продукции
16. Исследования читательских интересов и потребностей
17. Организация сбыта и товарной политики
18. Планирование реализации и товарного покрытия
19. Ассортимент книжного магазина
20. Навигация книжного магазина
21. Специфика формирования ассортимента
22. Работа с различными ассортиментными группами
23. Особенности работы с детской литературой
24. Особенности работы с учебной литературой
25. Особенности работы с антикварными изданиями
26. Особенности работы с «офисными» товарами
27. Частное предпринимательство в книготорговле
28. Государственное предпринимательство в книготорговле
29. Инструменты маркетинга в издательской сфере
30. Реклама как метод продвижения книг на рынок
31. ПР как часть кампании по продвижению организации и товара
32. Книжные ярмарки в России и мире
33. Исследование спроса: методы, оценка результатов
34. Организация розничной продажи
35. Организация оптовой продажи
36. Деловое взаимодействие: закупщики, партнеры, клиенты и т.д.
37. Ассортимент: сущность и особенности формирования
38. Работа с ассортиментными группами: поддержка сбыта и т.д.

39. Автоматизация в книготорговле
40. Интернет как канал продвижения издательской продукции
41. Методы организации продвижения в сети Интернет
42. Логистика в издательской сфере
43. Логистические цепи в издательском бизнесе
44. Длина и ширина каналов распространения книжной продукции
45. Инновационные методы продвижения издательской продукции
46. SMM как эффективный инструмент книжного маркетинга
47. Эффективные стратегии продвижения книжной продукции современных издательств (на примере)
48. Разработка стратегии продвижения и распространения издательской продукции.
49. Контент-маркетинг в деятельности современного издательства
50. Управление процессом распространения издательской продукции
51. Электронные библиотеки
52. Интернет-продажи
53. Книжные клубы Краснодара и России и их особенности
54. Прямая торговля по каталогам и личные продажи
55. Факторы, оказывающие влияние на реализацию книжной продукции
56. Маркетинг как неотъемлемая составляющая в книгораспространении
57. Буктрейлеры в продвижении издательской продукции (виды и этапы создания)
58. Реклама, связи с общественностью в продвижении издательской продукции. Опыт российских издательств (на примере конкретных издательств).
59. Распределительные центры: мировой опыт и российская практика
60. Букинистическая интернет-торговля
61. Специфика работы с различными каналами распространения издательской продукции
62. Оборот розничной книжной торговли
63. Максимизация прибыли издательства
64. Библиотечные коллекторы в системе распространения издательской продукции

4.2.2 Формат экзаменационных билетов.

Экзаменационные билеты с присвоенными им порядковыми номерами утверждаются на заседании кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии и подписываются заведующим кафедрой. Каждый экзаменационный билет включает 2 теоретических вопроса.

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Кубанский государственный университет»
факультет журналистики
кафедра издательского дела, стилистики и медиаиндустрии
2018/2019 учебный год

Направление подготовки **42.03.03 Издательское дело**
индекс, наименование

Дисциплина «**Основы теории и практики распространения издательской продукции**»
(5 курс, ЗФО)

Экзаменационный билет № 1

Вопрос 1. Особенности рынка издательской продукции.

Вопрос 2. ПР как часть кампании по продвижению организации и товара.

Преподаватель: Ищенко Д.С., к.ф.н., доцент _____
подпись

Утверждено на заседании кафедры ««23» апреля 2018 г., протокол № 11

И. о. зав. кафедрой издательского дела,
стилистики и медиаиндустрии _____ Г.А. Абрамова

Критерии оценивания

Оценка «5» («отлично») соответствует следующей качественной характеристике: «изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно». Выставляется студенту,

- усвоившему взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившему творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала;
- обнаружившему всестороннее систематическое знание учебно-программного материала, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечающему на вопрос билета.

Оценка «4» («хорошо») соответствует следующей качественной характеристике: «изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет». Выставляется студенту,

- обнаружившему полное знание учебно-программного материала, грамотно и по существу отвечающему на вопрос билета и не допускающему при этом существенных неточностей;
- показавшему систематический характер знаний по дисциплине и способному к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебы и профессиональной деятельности.

Оценка «3» («удовлетворительно») выставляется студенту,

- обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой;
- допустившему неточности в ответе и при выполнении заданий, но обладающими необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка «2» («неудовлетворительно») выставляется студенту,

- обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий;
- давшему ответ, который не соответствует экзаменационному вопросу.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление ин-

формации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:
– в печатной форме увеличенным шрифтом,
– в форме электронного документа.
Для лиц с нарушениями слуха:
– в печатной форме,
– в форме электронного документа.
Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
– в печатной форме,
– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Клепик М.С. Увеличение продаж без особых материальных затрат: клиентинг без бюджета [Электронный ресурс] — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 88 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56322.

2. 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 .

3. Бузин, В.Н. Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 492 с. : табл., граф., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01769-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785

4. Голова А.Г. Управление продажами: Учебник [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 280 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56327.

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

5.2 Дополнительная литература:

1. Хлопунова О.В. Современные тенденции в издательском деле и полиграфии [Текст] : (учебно-методическое пособие) / авт.-сост. О. В. Хлопунова ; Федеральное агентство по образованию Рос. Федерации, гос. образоват. учреждение высшего проф. образования "Кубанский гос. ун-т", Фак. журналистики. - Краснодар : [Кубанский государственный университет], 2011.– 40 экз.

2. Кондрашов В. М. Управление продажами: учебное пособие - Москва: Юнити-Дана, 2012. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114548.

5.3. Периодические издания:

Не требуется

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

Не требуется

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета.Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017.

Изучение дисциплины осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся.

Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: *лекционное занятие; практическое занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая)*. При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- прослушивание лекционного курса;
- проведение практических занятий,
- подготовка рефератов и презентаций,
- проведение коллоквиумов.

Лекционные занятия (Л).

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей.

Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у обучающихся ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям:

– изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;
– логичность, четкость и ясность в изложении материала;
– возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции;
– опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
– тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся;
– научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств;
– активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов;
– разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их;
– эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:

– освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

– планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

– самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

– выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

студент может:

–сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

– самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;

– предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;

– в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;

– предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;

– использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;

– использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опро-

сов, дискуссий, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Занятия проводятся в форме групповых дискуссий, защиты рефератов, презентаций проектов.

Подготовка студентов к дискуссии предполагает:

- ознакомление с планом и соответствующими методическими указаниями;
- самостоятельное изучение литературы к каждому из вопросов плана;
- выполнение заданий для самостоятельной работы.

Готовясь к семинарскому занятию, необходимо ориентироваться на работу в следующей последовательности:

- изучение основных понятий темы занятия (совокупность ключевых элементов содержания темы);
- чтение литературы необходимо сопровождать конспектами, тезисами, замечаниями;
- подготовка к выступлению на занятии предполагает заучивание отдельных фрагментов темы, понимание сущности учебного материала и умение излагать его основное содержание, а также написание собственного текста по проблеме.

Студент, под руководством преподавателя, к занятию, готовит материал в виде реферата, презентации по теме и защищает его перед аудиторией.

Подготовка реферата

Реферат представляет собой самостоятельную исследовательскую работу, в которой автор раскрывает суть исследуемой проблемы, расширяет и углубляет свои теоретические знания, учится анализировать, систематизировать, обобщать научные теории и делать выводы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Работа над рефератом способствует раскрытию исследовательского потенциала студента, развитию способности к творческому поиску, сотрудничеству, самореализации.

Реферат – это краткое систематическое и последовательное изложение какого-либо вопроса или научного труда. Он является одной из форм интерпретации исходного текста или нескольких источников, поэтому реферат, в отличие от конспекта, представляет собой новый, авторский текст. Новизна в данном случае подразумевает новое изложение, систематизацию материала, особую авторскую позицию при сопоставлении различных точек зрения. Таким образом, реферирование предполагает изложение какого-либо вопроса на основе классификации, обобщения, анализа и синтеза одного или нескольких источников.

Специфика реферата: в нем нет развернутых доказательств, сравнений, рассуждений и оценок; в реферате дается ответ на вопрос, что существенного по интересующей про проблеме содержится в конкретном тексте.

Реферат не должен отражать субъективных взглядов референта на излагаемый вопрос. Оценка может быть допущена лишь в последней, заключительной части в виде резюме.

Реферату должны быть присущи: целостность (содержательно-тематическая, стилевая, языковая), связность (логическая и формально-языковая), структурная упорядоченность (наличие введения, основной части и заключения, их оптимальное соотношение), завершенность (смысловая и жанрово-композиционная).

Реферат готовится на основе анализа не менее 4-6 источников.

Во введении обосновывается выбор темы, актуальность и глубина рассматриваемой проблемы. В основной части реферата представляются концепции разных авторов, изложенные в анализируемых источниках. Автор реферата может использовать результаты собственных исследований.

Требования к оформлению реферата:

1. Оформление титульного листа, где указывается ВУЗ, кафедра, тема, кто выполнил, проверил.

2. План реферата (помещается на 2-й странице): введение, основное содержание, заключение, литература.

3. Основная часть.

4. Заключение или выводы по основным положениям работы.

5. Список литературы.

Список литературных источников (список библиографических описаний документов) оформляется по определенным правилам в соответствии с последними государственными стандартами:

• ГОСТ 7.1–2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления.

• ГОСТ Р 7.0.5–2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления.

• ГОСТ 7.82–2001. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления.

• ГОСТ Р 7.0.12–2011 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила.

• ГОСТ 7.11–2004. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на иностранных европейских языках.

Подготовка презентации

Презентация дает возможность наглядно представить инновационные идеи, разработки и планы. Учебная презентация представляет собой результат самостоятельной работы студентов, с помощью которой они наглядно демонстрируют материалы публичного выступления перед аудиторией.

Компьютерная презентация – это файл с необходимыми материалами, который состоит из последовательности слайдов. Каждый слайд содержит законченную по смыслу информацию, так как она не переносится на следующий слайд автоматически в отличие от текстового документа. Студенту – автору презентации, необходимо уметь распределять материал в пределах страницы и грамотно размещать отдельные объекты. В этом ему поможет целый набор готовых объектов (пиктограмм, геометрических фигур, текстовых окон и т.д.).

Одной из основных программ для создания презентаций в мировой практике является программа PowerPoint компании Microsoft.

Первый слайд презентации должен содержать тему работы, фамилию, имя и отчество исполнителя, номер учебной группы, а также фамилию, имя, отчество, должность и ученую степень преподавателя.

На втором слайде целесообразно представить цель и краткое содержание презентации.

Последующие слайды необходимо разбить на разделы согласно пунктам плана работы.

На заключительный слайд выносится самое основное, главное из содержания презентации.

Для визуального восприятия текст на слайдах презентации должен быть не менее 18 пт, а для заголовков – не менее 24 пт.

Макет презентации должен быть оформлен в строгой цветовой гамме. Фон не должен быть слишком ярким или пестрым. Текст должен хорошо читаться. Одни и те же элементы на разных слайдах должен быть одного цвета.

Пространство слайда (экрана) должно быть максимально использовано, за счет, например, увеличения масштаба рисунка. Кроме того, по возможности необходимо занимать верхние ¾ площади слайда (экрана), поскольку нижняя часть экрана плохо просматривается с последних рядов.

Каждый слайд должен содержать заголовок. В конце заголовков точка не ставится. В заголовках должен быть отражен вывод из представленной на слайде информации. Оформление заголовков заглавными буквами можно использовать только в случае их краткости.

На слайде следует помещать не более 5-6 строк и не более 5-7 слов в предложении. Текст на слайдах должен хорошо читаться.

При добавлении рисунков, схем, диаграмм, снимков экрана (скриншотов) необходимо проверить текст этих элементов на наличие ошибок. Необходимо проверять правильность написания названий улиц, фамилий авторов методик и т.д.

Коллоквиум

Коллоквиум (в переводе с латинского “беседа, разговор”) – форма учебного занятия, понимаемая как беседа преподавателя с учащимися с целью активизации знаний.

Коллоквиум проводится в середине семестра или после изучения раздела в форме опроса с билетами.

Коллоквиум — форма проверки и оценивания знаний учащихся в системе образования. Представляет собой мини-экзамен, проводимый в середине семестра и имеющий целью уменьшить список тем, выносимых на диф. зачёт.

Оценка, полученная на коллоквиуме, может влиять на оценку на диф. зачёте.

Коллоквиум может проводится в устной и письменной форме.

Устная форма. Ответы оцениваются одновременно в традиционной шкале ("неудовлетворительно" — "отлично"). Билеты содержат как теоретические вопросы, так и задачи практического характера. На коллоквиум выносится часть материала экзамена. Оценка за коллоквиум учитывается при выставлении финальной оценки за экзамен.

Лабораторные занятия (ЛЗ)

Лабораторные занятия направлены на подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки.

Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение студентом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний в виде таблиц. Затем на занятиях в аудитории студенты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для студентов для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания.

Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого студента по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет и презентацию результатов группе и преподавателю во время практических занятий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, подготовка презентаций.

Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностямиздоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта междупреподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностямиздоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

Проверка домашних заданий и консультирование посредством личного кабинета на сайте КубГУ.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

2018-2019 Microsoft MicrosoftWindows 8, 10 «№73–АЭФ/223-ФЗ/2018 СоглашениеMicrosoft ESS 72569510»XX.11.2018 «Операционная система (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)»

2018-2019 Microsoft Microsoft Office Professional Plus "№73–АЭФ/223-ФЗ/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510»XX.11.2018Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты.

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. ЭБС Издательства «Лань» http://e.lanbook.com/ ООО Издательство «Лань» Договор № 99 от 30 ноября 2017 г.

2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 0811/2017/3 от 08 ноября 2017 г.

3. ЭБС «Юрайт» http://www.biblio-online.ru ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор №0811/2017/2 от 08 ноября 2017 г.

4. ЭБС «BOOK.ru» https://www.book.ru ООО «КноРус медиа» Договор № 61/223-ФЗ от 09 января 2018 г.

5. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1812/2017 от 18 декабря 2017 г.

6. Справочно-правовая система «Консультант плюс» (http://www.consultant.ru).

7. Электронная библиотека система eLIBRARY.RU (http://www.elibrary.ru).

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	№ 202 Комплект учебной мебели, проектор – 1шт.; доска учебная; № 411 Комплект учебной мебели, учебная доска; Переносные мультимедийные системы (ноутбук, проектор)
2.	Семинарские занятия	№ 405, 209 Комплект учебной мебели, учебная доска № 302 Комплект учебной мебели, проектор – 1

		шт., доска учебная Переносные мультимедийные системы (ноутбук, проектор)
	Лабораторные занятия	№ 409, 304 Комплект учебной мебели, учебная доска № 302 Комплект учебной мебели, проектор – 1 шт., доска учебная Переносные мультимедийные системы (ноутбук, проектор)
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	№ 305 Комплект учебной мебели, учебная доска Переносные мультимедийные системы (ноутбук, проектор)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация.	№ 305 Комплект учебной мебели, доска учебная; Переносные мультимедийные системы (ноутбук, проектор)
5.	Самостоятельная работа	№ 301 Учебная мебель, экран – 1шт.; проектор – 1 шт;, ПЭВМ учебный – 14 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную базу; Переносные мультимедийные системы (ноутбук, проектор)

РЕЦЕНЗИЯ

на учебную программу по дисциплине
Б1.Б.25 «Основы теории и практики распространения издательской продукции»
по направлению 42.03.03 Издательское дело,
форма обучения ОФО/ЗФО,
квалификация выпускника бакалавр

автор к.ф.н., доц. кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии
Ишенко Диана Сергеевна

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело (бакалавриат), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации «20» октября 2015 года № 1168 и в полной мере соответствует заданным требованиям.

Цель дисциплины «Основы теории и практики распространения издательской продукции» – изучение процесса распространения издательской продукции. В процессе освоения дисциплины студенты изучают инновационные методы распространения и продвижения издательской продукции, осваивают навыки предпринимательства.

Дисциплина «Основы теории и практики распространения издательской продукции» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Она имеет тесную связь с такими дисциплинами, как «Предпринимательство в профессиональной сфере», «Искусство бизнес-презентации» и т.д.

Основой для изучения дисциплины являются знания и навыки, полученные в результате освоения следующих дисциплин: «Экономика

издательского дела», «Менеджмент в издательском деле», «Маркетинг в издательском деле» и др.

Рабочая программа удовлетворяет требованиям, предъявляемым к такому типу работ, и может быть допущена к реализации в учебном процессе.

Р.И. Мальцева,

доктор филол. наук, профессор кафедры

электронных СМИ и новых медиа

Кубанского государственного университета



РЕЦЕНЗИЯ

на учебную программу по дисциплине
Б1.Б.25 «Основы теории и практики
распространения издательской продукции»
по направлению 42.03.03 Издательское дело,
форма обучения ОФО/ЗФО,
квалификация выпускника – бакалавр

автор к.ф.н., доц. кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии
Ищенко Диана Сергеевна

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело (бакалавриат), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации «20» октября 2015 года № 1168 и в полной мере соответствует заданным требованиям.

В рабочей программе «Основы тории и практики распространения издательской продукции» детально проработаны такие разделы, как цели и задачи, структура и содержание, изучаемые разделы дисциплины, оценочно-контрольные средства.

Программа имеет важное практическое значение, а также объединяет результаты изучения ряда предшествующих профессиональных дисциплин. Так программа «Основы тории и практики распространения издательской продукции» опирается на предварительные знания общеориентирующего характера о сути и особенностях издательской профессии, а также на знания, полученные в ходе изучения предшествующих дисциплин: «История издательского дела», «Маркетинг в издательском деле», «Менеджмент в издательском деле», «Экономика издательского дела», «Логистика».

Рецензируемая рабочая программа позволит студентам получить системные знания в области регионального, отечественного и зарубежного издательского рынка, стратегиях распространения издательской продукции, а также даст возможность получить навыки и умения аналитической работы в структуре издательских и книготорговых подразделений.

Рабочая программа удовлетворяет требованиям, предъявляемым к такому типу работ, и может быть допущена к реализации в учебном процессе.

В.А. Остапенко,
генеральный директор
ООО «Кубаньпечать»

