

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



СВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Иванов А.Г.

29 » марта 2014г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.Б.20 Менеджмент в издательском деле

(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 академическая

(академическая /прикладная)

Форма обучения заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2014

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины.

Цель дисциплины – формирование у студентов представления о коммерческих и некоммерческих организациях в области книгоиздательского бизнеса и об эффективном управлении ими; активное овладение знаниями экономического механизма менеджмента; сформировать компетенции необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

1.2 Задачи дисциплины.

1. Дать полное знание теории менеджмента в издательском деле.
2. Осветить основные функции управления в издательском деле.
3. Дать представление о разработке стратегии деятельности издательства и предприятия книгораспространения.
4. Развить навыки разработки предложений по совершенствованию управления предприятием книгоиздательского дела.
5. Научить анализировать и обобщать опыт работы основных структурных подразделений предприятий и организаций издательского дела.
6. Научить создавать модели управления продажами на региональном, национальном уровнях.
7. Научить анализировать тенденции развития отечественного и зарубежного рынков печатных и электронных изданий.
8. Научить формировать маркетинговую стратегию издающей организации.
9. Научить формировать информационную политику организации.
10. Раскрыть основы редакционной подготовки печатных и электронных изданий.
11. Ознакомить с основами управления издательскими процессами.
12. Ознакомить с основами распространения издательской продукции.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б1.Б.20 «Менеджмент в издательском» деле относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных и профессиональных компетенций: ОК-6, ПК-13, ПК-35, ПК-36, ПК-37.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОК-6	Способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	основные методы работы в коллективе; социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	выстраивать работу в коллективе; разрешать различные спорные и конфликтные ситуации	навыками делового общения; алгоритмом принятия управленческих решений

		культурные различия	различия; основы конфликтологии и	производстве	
2.	ПК-13	Способностью принимать управленческие решения и осуществлять оперативный контроль проектной издательской деятельности	особенности управления издательскими проектами на всех этапах подготовки и создания	принимать компетентные управленческие решения на всех этапах подготовки издания	методами и алгоритмами управления и продвижения издательского проекта
3.	ПК-35	Способностью организовывать работу с авторами	специфику работы с автором, особенности редакторской работы над авторским текстом, информационное обеспечение авторов с издательством	выстроить эффективную коммуникацию с автором	навыками и приемами информационного обеспечения авторов с издательством
4.	ПК-36	Способностью подготавливать издательские (лицензионные) договоры, вести их реестр	механизмы оформления юридически грамотного документа, особенности издательских договоров, их виды	составить и использовать издательский (лицензионный) договор в установленной форме	навыками составления и утверждения договора, приемами коммуникации и между сторонами
5.	ПК-37	Способностью организовывать внутрииздательский документооборот	алгоритмы документооборота в издательской сфере, специфику внутрииздательских документов	создавать издательские документы, оформлять их в номенклатуру, вести документооборот	основными принципами ведения документооборота на издательском предприятии

2 Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ЗФО).

Вид учебной работы		Всего часов	Курс (часы)			
			3			
Контактная работа, в том числе:						
Аудиторные занятия (всего):		12	12	-	-	-
Занятия лекционного типа		6	6	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		6	6	-	-	-
Лабораторные занятия		-	-	-	-	-
Иная контактная работа:				-	-	-
Контроль самостоятельной работы (КСР)		-	-	-	-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)		0.3	0.3	-	-	-
Самостоятельная работа, в том числе						
Проработка учебного (теоретического) материала		10	6	-	-	-
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		9	6	-	-	-
Реферат		8	2			
Тест		8	2			
Презентация		8	4			
Подготовка к текущему контролю		8	5	-	-	-
Контроль:						
Подготовка к экзамену		8,7	8,7	-	-	-
Общая трудоемкость	час.	72	72	-	-	-
	В том числе контактная работа	12,3	12,3	-	-	-
	зач. ед.	2	2	-	-	-

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 3 курсе (заочная форма).

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Понятие и сущность менеджмента в издательском деле	10,5	1	1	-	8,5
2.	Менеджер и его роль в издательском деле	10,5	1	1	-	8,5
3.	Предприятие отрасли печати как субъект управления	10,5	1	1	-	8,5
4.	Системный подход к организации управления	10,5	1	1	-	8,5
5.	Основные функции управления в издательском деле: планирование, организация, мотивация, контроль	10,5	1	1	-	8,5
6.	Информационное обеспечение управления издательским предприятием	10,5	1	1	-	8,5

	<i>Итого по дисциплине:</i>
--	-----------------------------

6	6	-	51
----------	----------	----------	-----------

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.

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Понятие и сущность менеджмента в издательском деле	Предмет и задачи курса. Управление в условиях рыночной экономики. Менеджмент как самостоятельный вид профессиональной деятельности. Наука и практика управления. Концепции менеджмента. Конечная цель менеджмента. Типы управленческого менеджмента	Конспект лекций, опрос по ключевым аспектам предыдущей лекции
2	Менеджер и его роль в издательском деле	Понятие «менеджер». Основные роли и функции менеджера. Характер труда и профессиональная компетенция менеджера. Функции менеджера в издательском бизнесе (исследование рынка, продажи, реклама, продвижение издания и стимулирование сбыта, паблицити).	Конспект лекций, опрос по ключевым аспектам предыдущей лекции
3	Предприятие как субъект управления	Классификация издательских и книготорговых структур. Организация как основа менеджмента. Организационная структура фирмы. Уровни управления и их функции. Общие принципы управления издательством и книготорговым предприятием. Важнейшие функции внутрифирменного управления.	Конспект лекций, опрос по ключевым аспектам предыдущей лекции
4	Системный подход к организации управления	Менеджмент как система. Выработка целей и стратегий развития фирмы. Содержание и стадии процесса принятия управленческих решений. Требования к технологии менеджмента и важнейшие области принятия решений. Оптимизация решений на разных уровнях управления.	Конспект лекций, опрос по ключевым аспектам предыдущей лекции
5	Основные функции управления в издательском деле: планирование, организация, мотивация, контроль	Перспективное внутрифирменное планирование, его виды и цели. Среднесрочное и текущее планирование. Организационные формы внутрифирменного планирования. Особенности организационных структур менеджмента в издательствах и книготорговых предприятиях на современном этапе. Политика мотивации. Анализ результатов деятельности фирмы и контроль за действиями, необходимыми для достижения избранных целей.	Конспект лекций, опрос по ключевым аспектам предыдущей лекции

6	Информационное обеспечение управления издательским предприятием	Содержание понятия «предпринимательская среда». Анализ внутренней предпринимательской среды. Значение внутрифирменной системы информации. Основные принципы, цели, задачи и функции внутрифирменной системы информации. Внешняя информация	Конспект лекций, опрос по ключевым аспектам предыдущей лекции
---	---	--	---

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Понятие и сущность менеджмента в издательском деле	Концепции менеджмента. Характерные черты (экономический, социально-психологический, правовой и организационно-технический аспекты) и стадии (стратегическое и оперативное управление, контроль) менеджмента. Наука и практика управления. Концепции менеджмента. Конечная цель менеджмента.	Устный ответ, реферат, презентация
2.	Менеджер и его роль в издательском деле	Основные роли и функции менеджера. Профессиональная компетенция менеджера. Функции менеджера в издательском бизнесе (исследование рынка, продажи, реклама, продвижение издания и стимулирование сбыта, паблицити). Общие требования к менеджеру любого уровня	Устный ответ, реферат, презентация
3.	Предприятие как субъект управления	Классификация издательских структур. Типология торговых структур на региональном издательском рынке. Организация как основа менеджмента. Организационная структура фирмы. Общие принципы управления издательством и книготорговым предприятием. Инновационный менеджмент на предприятии издательского дела.	Устный ответ, реферат, презентация
4.	Системный подход к организации управления	Менеджмент как система. Содержание и стадии процесса принятия управленческих решений. Оптимизация решений на разных уровнях управления.	Устный ответ, реферат, презентация
5.	Основные функции управления в издательском деле: планирование, организация, мотивация, контроль	Содержание, цели и задачи внутрифирменного планирования. Перспективное внутрифирменное планирование, его виды и цели. Среднесрочное и текущее планирование. Организационные формы внутрифирменного планирования. Политика мотивации. Анализ результатов деятельности фирмы и контроль за действиями, необходимыми для достижения избранных целей.	Устный ответ, реферат, презентация

6.	Информационное обеспечение управления издательским предприятием	Содержание и требования, предъявляемые к информации. Внешние каналы информации. Технология информационной деятельности. Информационный менеджмент как особый вид деятельности в издательском деле. Содержание понятия «предпринимательская среда». Сопоставительная схема внутренней и внешней предпринимательской среды. Анализ внутренней предпринимательской среды. Анализ внешней предпринимательской среды. Анализ рыночных отношений. Анализ спроса и предложения. Анализ продвижения товара на рынке. Анализ требований потребителя к товару.	Устный ответ, Тест
----	---	--	--------------------

2.3.3 Лабораторные занятия.

Не предусмотрены.

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	Проработка учебного (теоретического) материала	1. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие https://e.lanbook.com/book/93471#authors 2. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Е. Л. Вартанова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 335 с. 3. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / С. М. Гуревич. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2004. - 288 с. 4. Иваницкий В. Л. Основы бизнес - моделирования СМИ [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 254 с. 5. Кирия И.В. Зарубежный медиамаркетинг [Текст] : [учебное пособие] / И. В. Кирия; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Фак. журналистики, Каф. теории и экономики СМИ. - М. : ВК , 2006. - 147 с. 6. Основы медиабизнеса : учебное пособие для студентов вузов / [Е. Л. Вартанова и др.] ; под ред. Е. Л. Вартановой ; [науч. ред. Н. В. Ткачева]. - М. : Аспект Пресс, 2009.

2	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	1. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие https://e.lanbook.com/book/93471#authors 2. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Е. Л. Вартанова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 335 с. 3. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / С. М. Гуревич. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2004. - 288 с. 4. Иваницкий В. Л. Основы бизнес - моделирования СМИ [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 254 с. 5. Кирия И.В. Зарубежный медиамаркетинг [Текст] : [учебное пособие] / И. В. Кирия; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Фак. журналистики, Каф. теории и экономики СМИ. - М. : ВК , 2006. - 147 с. 6. Основы медиабизнеса : учебное пособие для студентов вузов / [Е. Л. Вартанова и др.] ; под ред. Е. Л. Вартановой ; [науч. ред. Н. В. Ткачева]. - М. : Аспект Пресс, 2009.
3	Тест	1. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие https://e.lanbook.com/book/93471#authors 2. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Е. Л. Вартанова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 335 с. 3. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / С. М. Гуревич. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2004. - 288 с. 4. Иваницкий В. Л. Основы бизнес - моделирования СМИ [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 254 с. 5. Кирия И.В. Зарубежный медиамаркетинг [Текст] : [учебное пособие] / И. В. Кирия; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Фак. журналистики, Каф. теории и экономики СМИ. - М. : ВК , 2006. - 147 с. 6. Основы медиабизнеса : учебное пособие для студентов вузов / [Е. Л. Вартанова и др.] ; под ред. Е. Л. Вартановой ; [науч. ред. Н. В. Ткачева]. - М. : Аспект Пресс, 2009.
4	Подготовка реферата	1. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие https://e.lanbook.com/book/93471#authors 2. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Е. Л. Вартанова. - М. : Аспект Пресс, 2003. -

		335 с. 3. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / С. М. Гуревич. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2004. - 288 с. 4. Иваницкий В. Л. Основы бизнес - моделирования СМИ [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 254 с. 5. Кирия И.В. Зарубежный медиамаркетинг [Текст] : [учебное пособие] / И. В. Кирия; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Фак. журналистики, Каф. теории и экономики СМИ. - М. : ВК , 2006. - 147 с. 6. Основы медиабизнеса : учебное пособие для студентов вузов / [Е. Л. Вартанова и др.] ; под ред. Е. Л. Вартановой ; [науч. ред. Н. В. Ткачева]. - М. : Аспект Пресс, 2009.
--	--	--

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.

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:

- а. изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;
- б. логичность, четкость и ясность в изложении материала;
- с. возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции;
- д. опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
- е. тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся;

f. научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств;

g. активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов;

h. разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их;

i. эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

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

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 и подготовка презентации.

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

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования реализация компетентного подхода должна предусматривать использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеурочной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

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

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

Формами текущего и промежуточного контроля являются опрос по ключевым аспектам темы, реферат, презентация, тест.

Требования к выполнению домашних заданий: с помощью конспектирования обязательной научной литературы, указанной в списке литературы, студенты усваивают

общую проблематику курса, готовятся к ответам на ключевые вопросы темы.

Требования к выполнению самостоятельных работ: самостоятельная работа предполагает знакомство с рекомендованной литературой, ее конспектированием,

подготовку к практическим занятиям по предложенным темам, а также выполнение различных индивидуальных и групповых творческих и исследовательских заданий, сформулированных преподавателем.

Основной формой контроля является экзамен по данной дисциплине.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

1. Реферат (обзор и аннотации статей/разделов учебников различных авторов по актуальным проблемам маркетинга и менеджмента в издательском деле с использованием ИКТ).
2. Презентация в программе MS Power Point по одному из вопросов практического занятия, актуальной проблеме, теории и практики менеджмента.
3. Тест (выполнение тестовых заданий для проверки усвоения теоретического материала и готовности студента к сдаче экзамена).

4.1.1 Тест

Вариант №1

(допустимо несколько вариантов ответа)

1. Планирование – это:

- А) управленческая деятельность, отраженная в планах и фиксирующая будущее состояние менеджмента в текущее время;
- Б) перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития;
- В) обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.

2. Сформулируйте задачи планирования:

- А) перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития;
- Б) обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.
- В) создание базы для эффективного контроля путем сравнения показателей.

3. По форме планирование бывает:

- А) тактическое;
- Б) конкретное;
- В) перспективное.

4. Необходимость планирования заключается в определении:

- А) конечных и промежуточных целей;
- Б) задач, решение которых необходимо для достижения целей;
- В) средств и способов решения задач;
- Г) правильного ответа нет.

5. При какой форме планирования осуществляется выбор средств для выполнения целей на период от 1 года до 5 лет?

- А) перспективное;
- Б) среднесрочное;
- В) оперативное.

6. При какой форме планирования осуществляется определение целей деятельности на срок больше 5 лет:

- А) перспективное;
- Б) среднесрочное;
- В) оперативное.

7. Организация – это:

- А) процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
- Б) особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;

- В) это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспособляется для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.
8. *Установление постоянных и временных связей между всеми подразделениями организации осуществляет функция:*
- А) планирования;
 - Б) организации;
 - В) контроля.
9. *Выберите основные принципы организации менеджмента:*
- А) непрерывность;
 - Б) ритмичность;
 - В) надежность;
 - Г) все ответы верны.
10. *Функции административно-оперативного управления:*
- А) определение структуры предприятий;
 - Б) периодическое или непрерывное сравнение;
 - В) установление ответственности.
11. *Регулирование – это:*
- А) управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления;
 - Б) процесс выработки корректируемых мер и реализации принятых технологий;
 - В) функция менеджмента.
12. *Принципы регулирования:*
- А) рациональность;
 - Б) ритмичность;
 - В) надежность;
 - Г) достоверность.
13. *Задача регулирования:*
- А) обновление планируемых заданий;
 - Б) обеспечение своевременного эффективного достижения организацией своих целей;
 - В) корректировка результатов деятельности;
14. *Виды регулирования:*
- А) реактивное;
 - Б) операционное;
 - В) упреждающее.
15. *При каком виде регулирования проблема рассматривается как потенциальная возможность:*
- А) реактивное;
 - Б) операционное;
 - В) упреждающее.
16. *Дайте правильное определение функции координации:*
- А) управленческая деятельность, обеспечивающая согласованность работы рабочих подразделений;
 - Б) управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления;
 - В) это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспособляется для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.
17. *Назовите функции менеджмента:*
- А) ритмичность;
 - Б) мотивация;
 - В) законность;
- 18) *Тип власти, который может использовать менеджер:*
- А) экспертная;

- Б) эталонная;
- В) законная;
- Г) все ответы верны.

19. *Влияние – это:*

- А) поведение одного человека, которое вносит изменение в поведение другого человека;
- Б) волевое отношение между людьми, основанное на силе;
- В) убеждение человека в чем-либо.

4.1.2 Темы рефератов

1. Концепции и функции издательского менеджмента
2. Специфика книгоиздательского менеджмента как особого сегмента сферы
3. Коммуникация и коммуникационные процессы в организации
4. Особенности мотивации персонала книгоиздательского предприятия
5. Управление издательскими проектами: основные этапы
6. Особенности принятия управленческих решений
7. Изучение спроса и предложения на издательском рынке России.
8. Товарная политика предприятия отрасли печати.
9. Экономические аспекты издательской деятельности.
10. Авторское право. Заключение договора с автором, авторский гонорар.
11. Налогообложение издательской отрасли.
12. Издательский оригинал, общеиздательские расходы.
13. Издательская себестоимость.
14. Факторы, влияющие на себестоимость издательской продукции.
15. Ценообразование на издательскую продукцию.
16. Реализация издательской продукции: теоретические основы сбытовой политики.
17. Особенности сбытовой политики предприятия отрасли печати.
18. Книжные ярмарки.
19. Издательская продукция на специфических рынках.
20. Реклама и связи с общественностью в издательском деле.
21. Теоретические и методологические основы создания, функционирования и восприятия рекламных сообщений в процессе рекламы книги.
22. Информационное обеспечение книжного рынка.
- Мероприятия, способствующие повышению конкурентоспособности фирмы.
23. Применение конкурентных стратегий.
24. Влияние информационных технологий на успех деятельности фирмы.
25. Основные методы определения эффективности управления.
26. Основные модели принятия решений.
27. Современная модель управления организацией.
28. Реинжиниринг: характеристика и значение.
29. Характеристика тайм-менеджмента.
30. Управление издержками на предприятии.
31. Виды рисков в менеджменте.

4.1.3 Презентация

1. Презентация – это сжатое изложение информации по проблеме, актуальной для профессиональной деятельности (смотри темы рефератов).
2. Подготовка презентации предполагает сбор информации по проблеме из различных источников, анализ полученных данных и их обобщенное изложение в виде слайдов. Доклад по подготовленной презентации исключает дословное чтение слайдов.
3. Презентация составляется в программе Microsoft Power Point (версия 2003 и др.).
4. Количество слайдов определяется структурой ответа на вопрос, сформулированный в теме.

5. Слайды оформляются в единой цветовой гамме, оформление определяется одним из форматов, предлагаемых конструктором программы.
6. Фотографии и рисунки непременно подписываются. Если студент не является автором текста, а приводит его дословно или в пересказе, пользуется статистическими данными, то необходимо привести библиографическое описание источника с указанием автора/авторов, дать ссылку на страницы цитируемого издания, указать электронный адрес материала в сети Интернет.
7. Список источников и материалов из сети Интернет оформляется в соответствии с нормами составления библиографического описания (см. методические указания к оформлению курсовых и дипломных работ)

Структура презентации (типовая)

- 1) Тема – слайд 1
- 2) Цель и задачи презентации – слайд 2
- 3) Структура презентации (содержание, где после названия раздела указывается номер слайда/слайдов) – слайд 3 (3-4, если разделов много)
- 4) Название раздела – слайд 5 (6)
- 5) Серия слайдов к разделу, таблицы, схемы графики приводятся на отдельных слайдах и непременно озаглавливаются, если используются материалы из других источников, это указывается в примечаниях к слайду – слайды 7-10 (7-...). В случаях сравнения, сопоставления данных «до» и «после», приведение динамических показателей роста/снижения чего-либо слова и фразы заменяются символами (пиктограммами, рисунками).
- 6) Слайды следующего раздела ...
- 7) Список источников (оформляется в соответствии с правилами: см. методические указания к оформлению курсовых и дипломных работ, ГОСТ 2003 г.)
- 8) Сведения об авторе презентации (не приветствуется шумовой эффект аплодисментов, художественное фото автора).

4.1.4 Вопросы для устного опроса

1. Теоретические основы менеджмента.
2. Элементы организаций и процесса управления.
3. Классификация фирм и методика их изучения.
4. Правовое регулирование деятельности фирмы.
5. Организация управления в крупных, средних и мелких предприятиях.
6. Выработка целей и стратегий развития фирмы.
7. Процесс принятия и реализации управленческих решений.
8. Информационное обеспечение менеджмента.
9. Процесс коммуникаций и эффективность управления.
10. Организация как функция управления.
11. Внутрифирменное планирование как функция управления.
12. Мотивация как функция управления.
13. Общие принципы управления предприятием отрасли печати.
14. Функция контроля и учета в менеджменте.
15. Инновационный менеджмент.
16. Общая характеристика стратегического менеджмента.
17. Процесс выбора стратегии и стратегические изменения в организации.
18. Инновационный процесс как объект функционального и проектного управления.
19. Особенности управления инновационной деятельностью в современных условиях.
20. Финансовый аспект современного менеджмента.
21. Управление персоналом.
22. Управление рисками.

23. Управление развитием производства в современных условиях.
24. Оперативное управление производством.
25. Особенности управления развитием производства в зарубежных фирмах.
26. Групповая динамика и лидерство в менеджменте.
27. Стил менеджмента и имидж (образ) менеджера.
28. Управление и разрешение конфликтов.
29. Интегрированные процессы в менеджменте.
30. Факторы эффективности менеджмента.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации (экзамен)

4.2.1 Вопросы к экзамену в 5 семестре

1. Понятие и сущность менеджмента в издательском деле.
2. Эволюция теории менеджмента в России и за рубежом.
3. Менеджмент как самостоятельный вид профессиональной деятельности.
4. Концепции менеджмента.
5. Характерные черты (экономический, социально-психологический, правовой и организационно-технический аспекты) и стадии (стратегическое и оперативное управление, контроль) издательского менеджмента.
6. Специфика книжного менеджмента и маркетинга.
7. Менеджер и его роль в издательском деле. Характер труда и профессиональная компетенция менеджера.
8. Функции менеджера в книжном бизнесе (исследование рынка, продажи, реклама, продвижение книги и стимулирование сбыта, публицити).
9. Предприятие как субъект управления. Виды и объекты управленческой деятельности.
10. Организационная структура фирмы. Уровни управления и их функции.
11. Общие принципы управления издательством и книготорговыми предприятиями.
12. Менеджмент как специфическая функция управления.
13. Инновационный менеджмент на предприятии отрасли печати.
14. Коммуникационный менеджмент на предприятии отрасли печати.
15. Виды предприятий и особенности менеджмента на них.
16. Системный подход к организации управления.
17. Выработка целей и стратегий развития фирмы. Содержание и стадии процесса принятия управленческих решений.
18. Требования к технологии менеджмента и важнейшие области принятия решений. Оптимизация решений на разных уровнях управления.
19. Основные функции управления в издательском деле: планирование, организация, мотивация, контроль.
20. Содержание, цели и задачи внутрифирменного планирования, виды планов.
21. Перспективное внутрифирменное планирование, его виды и цели. Среднесрочное и текущее планирование.
22. Особенности организационных структур менеджмента в издательствах и книготорговых организациях на современном этапе.
23. Политика мотивации.
24. Анализ результатов деятельности фирмы и контроль за действиями, необходимыми для достижения избранных целей.
25. Основные функции управления в книжном деле: планирование, организация, мотивация, контроль.
26. Менеджмент в издательском деле. Внутренняя и внешняя среда менеджмента.
27. Содержание понятия «предпринимательская среда».

28. Анализ внутренней предпринимательской среды. Анализ внешней предпринимательской среды (анализ рыночных отношений, анализ спроса и предложения, анализ продвижения товара на рынке, анализ требований потребителя к товару, анализ хозяйственных связей, анализ общеэкономических факторов).
29. Производственный менеджмент.
30. Снабженческо-бытовой менеджмент.
31. Инновационный менеджмент.
32. Менеджмент персонала.
33. Финансовый менеджмент.
34. Эккаутинг-менеджмент.
35. Типы менеджмента.
36. Информационное обеспечение управления издательским предприятием.
37. Структура и инфраструктура издательского рынка.
38. Основные понятия в системе издательского менеджмента.
39. Общие принципы управления издательством и книготорговым предприятием.
40. Типы посредников в книготорговом звене.
41. Запасы. Управление запасами.
42. Частное и государственное предпринимательство на издательском рынке.
43. Проблемы российской полиграфии, перспективы ее развития.
44. Нормативно-правовая база издательского дела.
45. Библиография и статистика книгоиздания.
46. Логистика в издательском деле.
47. Мерчандайзинг в издательском деле.
48. Понятие и виды издательских договоров.
49. Трудовой кодекс РФ.
50. Формирование ассортимента книжного магазина.
51. Менеджмент и конфликтология.
52. Конкуренция на издательском рынке.

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.

Оценка знаний производится по 4-х балльной системе и на основании критериев, определенных в соответствующих документах по регламентации учебного процесса в вузах:

- оценку **«отлично»** заслуживает студент, показавший:
 - всесторонние и глубокие знания программного материала учебной дисциплины; изложение материала в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов;
 - освоившему основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой, проявившему творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании усвоенных знаний;
 - полные, четкие, логически последовательные, правильные ответы на поставленные вопросы, способность делать обоснованные выводы;
 - умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и развитии; сформированность необходимых практических навыков работы с изученным материалом.
- оценку **«хорошо»** заслуживает студент, показавший:
 - систематический характер знаний и умений, способность к их самостоятельному применению и обновлению в ходе последующего обучения и практической деятельности;

- достаточно полные и твердые знания программного материала дисциплины, правильное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых явлений (процессов);
- последовательные, правильные, конкретные, без существенных неточностей ответы на поставленные вопросы; уверенность при ответе на дополнительные вопросы;
- знание основной рекомендованной литературы; умение достаточно полно анализировать факты, события, явления и процессы, применять теоретические знания при решении практических задач;
- оценку **«удовлетворительно»** заслуживает студент, показавший:
 - знания основного программного материала по дисциплине в объеме, необходимом для последующего обучения и предстоящей практической деятельности;
 - знакомому с основной рекомендованной литературой;
 - допустившему неточности и нарушения логической последовательности в изложении программного материала в ответе на экзамене, но в основном обладающему необходимыми знаниями и умениями для их устранения при корректировке со стороны экзаменатора;
 - продемонстрировавшему правильные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы, несущественные ошибки;
 - проявившему умения применять теоретические знания к решению основных практических задач, ограниченные навыки в обосновании выдвигаемых предположений и принимаемых решений; затруднения при выполнении практических работ; недостаточное использование научной терминологии; несоблюдение норм литературной речи;
- оценка **«неудовлетворительно»** ставится студенту, обнаружившему:
 - существенные пробелы в знании основного программного материала по дисциплине;

- отсутствие знаний значительной части программного материала; непонимание основного содержания теоретического материала; неспособность ответить на уточняющие вопросы; отсутствие умения научного обоснования проблем; неточности в использовании научной терминологии;
- неумение применять теоретические знания при решении практических задач, отсутствие навыков в обосновании выдвигаемых предложений и принимаемых решений;
- допустившему принципиальные ошибки, которые не позволяют ему продолжить обучение или приступить к практической деятельности без дополнительной подготовки по данной дисциплине.

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 информации 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. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие. <https://e.lanbook.com/book/93471#authors>

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:

7. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Е. Л. Вартанова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 335 с.
8. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / С. М. Гуревич. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2004. - 288 с.
9. Иваницкий В. Л. Основы бизнес - моделирования СМИ [Текст] : учебное пособие

- для студентов вузов / В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 254 с.
10. Кирия И.В. Зарубежный медиамаркетинг [Текст] : [учебное пособие] / И. В. Кирия; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Фак. журналистики, Каф. теории и экономики СМИ. - М. : ВК , 2006. - 147 с.
 11. Основы медиабизнеса : учебное пособие для студентов вузов / [Е. Л. Вартанова и др.] ; под ред. Е. Л. Вартановой ; [науч. ред. Н. В. Ткачева]. - М. : Аспект Пресс, 2009.

5.3. Периодические издания и сборники конференций

1. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: <http://search.rsl.ru/en/record/01008481880>
2. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика - URL: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin>

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

1. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие. <https://e.lanbook.com/book/93471#authors>

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

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче экзамена. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2014

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.

Изучение дисциплины «Менеджмент в издательском деле» 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 занятие; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- прослушивание лекционного курса;
- чтение и конспектирование рекомендованной литературы;
- проведение практических занятий;

Контроль текущей успеваемости осуществляется с помощью опросов (письменных, устных); по результатам выполнения обучающимися индивидуальных заданий; по результатам проверки качества конспектов лекций и иных материалов; по результатам отчета обучающихся в ходе индивидуальной консультации преподавателя. Предлагается использовать интерактивные формы занятий: метод проектов.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья 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 между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

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

8.1 Перечень информационных технологий.

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

1. Microsoft MicrosoftWindows 8, 10 "№73–АЭФ/223-ФЗ/2014 Соглашение Microsoft ESS72569510"XX.11.2014 "Операционная система (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)"
2. Microsoft MicrosoftOfficeProfessionalPlus "№73–АЭФ/223-ФЗ/2014 Соглашение Microsoft ESS72569510"XX.11.2014 Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты
3. Программное обеспечение в рамках программы компании Microsoft “Enrollment for Education Solutions” для компьютеров и серверов Кубанского государственного университета (Дог. № 67-АЭФ/223-ФЗ/2014):
4. Программное обеспечение «Антиплагиат».
5. Антивирусная защита физических рабочих станций и серверов:Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный RussianEdition. 1500-2499 Node1yearEducationalRenewalLicence (Контракт № 59-АЭФ/223-ФЗ_2014 от 07.09.2014)

8.3 Перечень необходимых информационных справочных систем:

1. ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО Издательство «Лань», Договор № 287-ОАЭФ/2012 от 9 января 2013г.
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа», Договор № 290-ОАЭФ/2012 от 9 января 2013г.
3. ЭБС «Айбукс» <http://ibooks.ru/> ЗАО «Айбукс» Договор № 295-ОАЭФ/2012 от 9 января 2013г.
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://www.znanium.com/> ООО «НИЦ ИНФРА-М», Договор № 01-ОАЭФ/2013 от 28января 2013г.
5. ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО Издательство «Лань» Договор № 214-ОАЭФ/2013от 12 декабря 2013г.
6. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 258-ОАЭФ/2013 от 28 января 2014г.
7. ЭБС «Айбукс» <http://ibooks.ru/> ЗАО «Айбукс» Договор № 212-ОАЭФ/2013 от 11декабря 2013г.
8. ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru> ООО «Книжный логистический центр» Договор № 227-ОАЭФ/2013 от 19 декабря 2013г.

10. ЭБС БиблиоТех» <https://kubsu.bibliotech.ru> ООО «БиблиоТех» Договор №1612/2013
11. от 16 декабря 2013г.

12. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://www.znanium.com/> ООО «НИЦ ИНФРА-М» № 211-
ОАЭФ/2013 от 11 декабря 2013г9.

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

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория: 202, 205, 302, 309, 402 (мультимедийны проектор, комплект учебной мебели, доска учебная) 209, 407, 408, 409, 411 (комплект учебной мебели, доска учебная) 301 (мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 14 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., проектор)
2.	Семинарские занятия	Аудитории 304, 305, 306, 404,406, 407, 408, 409 (комплект учебной мебели, доска учебная)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация.	Аудитории 304, 305, 306, 404,406, 407, 408, 409 (комплект учебной мебели, доска учебная)
4.	Самостоятельная работа	Аудитории 301, 310, 410, 412, 402 (мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 14 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., проектор) 307 (комплект учебной мебели, доска учебная)