

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины

«Маркетинг-менеджмент в издательском деле»

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность 42.04.03 Издательское дело

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Объем трудоемкости: 7 зет. (252 ч.)

Цель дисциплины:

изучить теоретические основы маркетинга, менеджмента в издательском деле и сформировать компетенции необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

Задачи дисциплины:

- научить анализировать и обобщать опыт работы основных структурных подразделений предприятий и организаций издательского дела;
- научить создавать модели управления продажами на региональном, национальном уровнях;
- научить анализировать тенденции развития отечественного и зарубежного рынков печатных и электронных изданий;
- научить формировать маркетинговую стратегию издающей организации;
- научить формировать информационную политику организации;
- раскрыть основы редакционной подготовки печатных и электронных изданий;
- ознакомить с основами управления издательскими процессами;
- ознакомить с основами распространения издательской продукции.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.О.08. Маркетинг-менеджмент в издательском деле входит в обязательную часть Блока 1 Дисциплины (модули) учебного плана по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-1, ОПК-4, ПК-02.

Основные разделы дисциплины:

Понятие и сущность маркетинга; Рынок как условие и объективная экономическая основа маркетинговой деятельности; Товарная политика в издательском маркетинге; Ценовая политика в издательском маркетинге; Политика сбыта и снабжения в издательском маркетинге; Политика стимулирования сбыта в издательском маркетинге; Издательский процесс: особенности менеджмента; Производственная деятельность предприятия отрасли печати в условиях рыночной экономики; Правовые аспекты издательской деятельности; Коммуникационный менеджмент.

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Хлопунова Оксана Викторовна, доцент кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии, кандидат филологических наук