

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины

Б1.О.21 «Основы теории и практики распространения издательской продукции» (код и наименование дисциплины)

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

Объём трудоёмкости: 7 зет (252 часа)

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

Задачи дисциплины:

- изучение процесса распространения издательской продукции;
- анализ современных методов распространения и продвижения продукции издательства;
- изучение правовых, финансовых и организационных аспектов издательской деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Основы теории и практики распространения издательской продукции» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. Основой для изучения дисциплины являются знания и навыки, полученные в результате освоения следующих дисциплин: «Менеджмент в издательском деле», «Маркетинг в издательском деле».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ПК-03 Способен выявлять покупательский спрос на издательскую продукцию, оценивать конъюктуру рынка, участвовать в реализации медиапродукта на федеральном и региональном рынках.

Основные разделы дисциплины:

Введение в технологию распространения издательской продукции. Характеристика рынка издательской продукции. Издательство как особая форма предпринимательской организации. Специфика издательской продукции. Продукция издательств в условиях рынка. Система распространения издательской продукции: история и современность. Сеть сбыта: каналы распространения в общей системе распространения изданий. Каналы распространения и работа с аудиторией. Менеджмент в издательском деле: организация процесса сбыта и продвижения. Ценообразование в издательской сфере. Российский рынок распространения периодической печатной продукции. Методы реализации книжной продукции. Маркетинг в издательском деле. Стратегия контент-маркетинга в продвижении издательской продукции. Инновационные формы распространения издательской продукции.

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет, экзамен.

Ищенко Д.С., кандидат филологических наук, доцент кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии.