

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Директор по учебной работе,
образования – первый

Хагуров Т.А.

мая 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Б1.О.20 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)

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

Квалификация бакалавр

Краснодар 2021

Рабочая программа дисциплины Б1.О.21 «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):

Шувалов С.С., старший преподаватель



подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.О.21 «Основы теории и практики распространения издательской продукции» утверждена на заседании кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии

Протокол № 10 «20» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой (разработчик) Абрамова Г.А.




подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии

Протокол № 10 «20» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой (разработчик) Абрамова Г.А.



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол № 11-21 «20» мая 2021 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.



подпись

Рецензенты:

О.А. Бондаренко, генеральный директор, главный редактор ООО «Редакция газеты «Зори» (Северский район)

Р.В. Патюкова, д-р филол. наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

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 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».

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 следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
ПК-01 Способен анализировать, оценивать, редактировать медиатексты СМИ разных типов, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, формами, стилями	
ИПК-1.1. Анализирует и оценивает медиатексты СМИ разных типов на соответствие нормам и стандартам редактирования медиатекстов СМИ разных типов для отбора к публикации в СМИ	Знает особенности конъюнктуры федерального и регионального рынка медиапродукта
	Умеет выявлять покупательский спрос на издательскую продукцию на федеральном и региональном рынках
	Владеет навыками участия в реализации медиапродукта на федеральном и региональном рынках
ИПК-1.2 Редактирует медиатексты СМИ разных типов и приводит их в соответствие с нормами, стандартами, формами, стилями	Знает основные коммерческие преимущества текстов различных форм и тематических категорий
	Умеет формировать конкурентоспособный медиапродукт
	Владеет навыками актуализации, придания релевантности, эксклюзивности и формирования иных конкурентных качеств медиатекста
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
ИОПК-1.1. Анализирует медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты на соответствие актуальности, социальной значимости, востребованности и нормам русского языка	Знает специфику функционирования региональных и федеральных медиасистем, структуру актуальных информационных потоков
	Умеет определять актуальность, релевантность, востребованность и социальную значимость той или иной информации
	Владеет навыками в области мониторинга информационных поводов и анализа новостной сути актуальных событий
ИОПК-1.2. Редактирует медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные	Знает коммуникативные особенности формальных и содержательных сторон медиапродукта в парадигме восприятия массовой аудиторией

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
продукты в соответствии с нормами русского языка и других знаковых систем	Умеет повышать как информативность, так и коммуникативную привлекательность медиапродукта для различных аудиторных групп
	Владеет навыками в области редакционной подготовки медиапродукта, направленными на адаптацию к специфике различных каналов распространения

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная		очно-заочная	заочная
		6 семестр (часы)	7 семестр (часы)	X семестр (часы)	3, 4 курс (часы)
Контактная работа, в том числе:	132,5	60,2	72,3		28,5
Аудиторные занятия (всего):	124	56	68		
занятия лекционного типа	70	28	32		12
лабораторные занятия	-	-	-		
практические занятия	64	28	36		16
семинарские занятия	-	-	-		
Иная контактная работа:	8	4	4		0,5
Контроль самостоятельной работы (КСР)	8	4	4		
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,5	0,2	0,3		0,5
Самостоятельная работа, в том числе:	92,8	47,8	45		211
Проект	30,8	15,8	15		71
Реферат/эссе (подготовка)	31	16	15		70
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	31	16	15		70
Подготовка к текущему контролю					
Контроль:	26,7	-	26,7		12,5
Подготовка к экзамену					
Общая трудоёмкость	час.	252	108	144	252
	в том числе контактная работа	132,5	60,2	72,2	28,5
	зач. ед	7	3	4	7

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины. Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 6 семестре (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Введение в технологию распространения издательской продукции	13,8	4	4	-	5,8
2.	Характеристика рынка издательской продукции	15	4	4	-	7
3.	Издательство как особая форма предпринимательской организации	15	4	4	-	7
4.	Специфика издательской продукции. Продукция издательств в условиях рынка	15	4	4	-	7
5.	Система распространения издательской продукции: история и современность	15	4	4	-	7
6.	Сеть сбыта: каналы распространения в общей системе распространения изданий	15	4	4	-	7
7.	Каналы распространения и работа с аудиторией	15	4	4	-	7
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	103,8	28	28		47,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	-				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108	28	28		47,5

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Менеджмент в издательском деле: организация процесса сбыта и продвижения	19	6	6	-	7
2.	Ценообразование в издательской сфере	19	6	6	-	7
3.	Российский рынок распространения периодической печатной продукции	19	6	6	-	7
4.	Методы реализации книжной продукции	16	2	6	-	8
5.	Маркетинг в издательском деле. Стратегия контент-маркетинга в продвижении издательской продукции	20	6	6	-	8
6.	Инновационные формы распространения издательской продукции	20	6	6	-	8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	113	32	36	-	45
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144	32	36		45

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 3 курсе (*заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Введение в технологию распространения издательской продукции	4	-		-	4
2.	Характеристика рынка издательской продукции	5	1	-	-	4
3.	Издательство как особая форма предпринимательской организации	5	1	-	-	4
4.	Специфика издательской продукции. Продукция издательств в условиях рынка	5	-	1	-	4
5.	Система распространения издательской продукции: история и современность	4	-	-	-	4
6.	Сеть сбыта: каналы распространения в общей системе распространения изданий	5	-	1	-	4
7.	Каналы распространения и работа с аудиторией	4	-		-	4
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	32	2	2		28
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	3,8				
	Общая трудоемкость по дисциплине	34	2	2		28

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 4 курсе (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Менеджмент в издательском деле: организация процесса сбыта и продвижения	35	2	2	-	31
2.	Ценообразование в издательской сфере	39	1	2	-	36
3.	Российский рынок распространения периодической печатной продукции	40	2	2	-	36
4.	Методы реализации книжной продукции	39	1	2	-	36
5.	Маркетинг в издательском деле. Стратегия контент-маркетинга в продвижении издательской продукции	40	2	2	-	36
6.	Инновационные формы распространения издательской продукции	42	2	4	-	36
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	235	10	14	-	211
	Контроль самостоятельной работы (КСР)		-	-	-	-
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3	-	-	-	-
	Подготовка к текущему контролю	8,7	-	-	-	-
	Общая трудоемкость по дисциплине	244	10	14	-	211

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.	Введение в технологию распространения издательской продукции	Издательская продукция: сущность, классификация, особенности существования в условиях рынка. История развития книгоиздательского рынка в России и мире.	<i>Конспект лекции</i>

2.	Характеристика рынка издательской продукции	Специфика издательского рынка. Законы спроса и предложения.	<i>Конспект лекции</i>
3.	Издательство как особая форма предпринимательской организации	Циклы воспроизводства. Основной и оборотный капитал. Источники пополнения капитала. Доход, издержки, прибыль.	<i>Конспект лекции</i>
4.	Специфика издательской продукции. Продукция издательств в условиях рынка	Ассортимент: специфика формирование, выявление спроса, работа с различными ассортиментными группами	<i>Конспект лекции</i>
5.	Система распространения издательской продукции: история и современность	В советский период. В 2000 гг. Специфика распространения издательской продукции сегодня	<i>Конспект лекции</i>
6.	Сеть сбыта: каналы распространения в общей системе распространения изданий	Особенности сбытовой политики предприятий издательской отрасли. Каналы сбыта. Длина канала сбыта. Ширина каналов сбыта. Виды каналов сбыта и их специфика	<i>Конспект лекции</i>
7.	Каналы распространения и работа с аудиторией	Каналы распространения издательской продукции. Исследование рынка.	<i>Конспект лекции</i>
8.	Менеджмент в издательском деле: организация процесса сбыта и продвижения	Управление процессом распространения издательской продукции. Планирование: виды планов, сущность и задачи стратегического планирования. Организация управления фирмой. Система подготовки и принятия решений.	<i>Конспект лекции</i>
9.	Ценообразование в издательской сфере	Понятие издательской себестоимости. Регулирующая роль цены. Отпускная цена издания. Формирование цены. Факторы, влияющие на величину прибыли. Цена равновесия.	<i>Конспект лекции</i>
10.	Российский рынок распространения периодической печатной продукции	Организация сбыта товарной продукции. Планирование реализации и товарного покрытия.	<i>Конспект лекции</i>
11.	Методы реализации книжной продукции	Книжные клубы. Книжные ярмарки. Буктрейлеры. Навигация книжных магазинов и т.д.	<i>Конспект лекции</i>
12.	Маркетинг в издательском деле. Стратегия контент-маркетинга в продвижении 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.	<i>Конспект лекции</i>
13.	Инновационные формы распространения издательской продукции	SMM, контент-маркетинг, интернет-продажи, таргетированная реклама, буктрейлеры и т.д.	<i>Конспект лекции</i>

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий/работ	Форма текущего контроля
1.	Введение в технологию распространения издательской продукции	Издательская продукция: сущность, классификация, особенности существования в условиях рынка. История развития книгоиздательского рынка в России и мире.	Р, К, Э, П (проект)
2.	Характеристика рынка издательской продукции	Специфика издательского рынка. Законы спроса и предложения.	Р, К, Э, П (проект)

3.	Издательство как особая форма предпринимательской организации	Циклы воспроизводства. Основной и оборотный капитал. Источники пополнения капитала. Доход, издержки, прибыль.	Р, К, Э, П (проект)
4.	Специфика издательской продукции. Продукция издательств в условиях рынка	Ассортимент: специфика формирование, выявление спроса, работа с различными ассортиментными группами	Р, К, Э, П (проект)
5.	Система распространения издательской продукции: история и современность	В советский период. В 2000 гг. Специфика распространения издательской продукции сегодня	Р, К, Э, П (проект)
6.	Сеть сбыта: каналы распространения в общей системе распространения изданий	Особенности сбытовой политики предприятий издательской отрасли. Каналы сбыта. Длина канала сбыта. Ширина каналов сбыта. Виды каналов сбыта и их специфика	Р, К, Э, П (проект)
7.	Каналы распространения и работа с аудиторией	Каналы распространения издательской продукции. Исследование рынка.	Р, К, Э, П (проект)
8.	Менеджмент в издательском деле: организация процесса сбыта и продвижения	Управление процессом распространения издательской продукции. Планирование: виды планов, сущность и задачи стратегического планирования. Организация управления фирмой. Система подготовки и принятия решений.	Р, К, Э, П (проект)
9.	Ценообразование в издательской сфере	Понятие издательской себестоимости. Регулирующая роль цены. Отпускная цена издания. Формирование цены. Факторы, влияющие на величину прибыли. Цена равновесия.	Р, К, Э, П (проект)
10.	Российский рынок распространения периодической печатной продукции	Организация сбыта товарной продукции. Планирование реализации и товарного покрытия.	Р, К, Э, П (проект)
11.	Методы реализации книжной продукции	Книжные клубы. Книжные ярмарки. Буктрейлеры. Навигация книжных магазинов и т.д.	Р, К, Э, П (проект)
12.	Маркетинг в издательском деле. Стратегия контент-маркетинга в продвижении 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.	Р, К, Э, П (проект)
13.	Инновационные формы распространения издательской продукции	SMM, контент-маркетинг, интернет-продажи, таргетированная реклама, буктрейлеры и т.д.	Р, К, Э, П (проект)

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Не предусмотрена.

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	Реферат	1. Клепик М.С. Увеличение продаж без особых материальных затрат: клиентинг без бюджета [Электронный ресурс] —

		<p>Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 88 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56322.</p> <p>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 .</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>5. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. Кубанский государственный университет, 2017г</p>
2	Коллоквиум	<p>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.</p> <p>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 .</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>5. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. Кубанский государственный университет, 2017г</p>
3	Эссе	<p>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.</p> <p>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 .</p> <p>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</p> <p>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.</p>

		5. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. Кубанский государственный университет, 2017г
4	Проект	<p>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.</p> <p>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 .</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>5. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. Кубанский государственный университет, 2017г</p>

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,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

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,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

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

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием личного кабинета на сайте.

14. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Основы теории и практики распространения издательской продукции».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме эссе, доклада-презентации по проблемным вопросам, разноуровневых заданий в рамках учебного проекта, коллоквиума, и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к экзамену и зачету.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИОПК-1.1. Анализирует медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты на соответствие на актуальности, социальной значимости, востребованности и нормам русского языка	Знает специфику функционирования региональных и федеральных медиасистем, структуру актуальных информационных потоков	Р, К, Э, П (проект)	<i>Вопрос на зачете 1-7</i>
		Умеет определять актуальность, релевантность, востребованность и социальную значимость той или иной информации	Р, К, Э, П (проект)	<i>Вопрос на зачете 8-14</i>
		Владет навыками в области мониторинга информационных поводов и анализа новостной сути актуальных событий	Р, К, Э, П (проект)	<i>Вопрос на зачете 15 - 21</i>
2	ИОПК-1.2. Редактирует медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка и других знаковых систем	Знает коммуникативные особенности формальных и содержательных сторон медиапродукта в парадигме восприятия массовой аудиторией	Р, К, Э, П (проект)	<i>Вопрос на зачете 22-28</i>
		Умеет повышать как информативность, так и коммуникативную привлекательность медиапродукта для различных аудиторных групп	Р, К, Э, П (проект)	<i>Вопрос на зачете 29 - 36</i>
		Владет навыками в области редакционной подготовки медиапродукта, направленными на адаптацию к специфике различных каналов распространения	Р, К, Э, П (проект)	<i>Вопрос на зачете 37 - 42</i>
3	ИПК-1.1. Анализирует и оценивает медиатексты СМИ разных типов на соответствие нормам и стандартам редактирования медиатекстов СМИ	Знает особенности конъюнктуры федерального и регионального рынка медиапродукта	Р, К, Э, П (проект)	<i>Вопрос на экзамене 1 -10</i>
		Умеет выявлять покупательский спрос на издательскую продукцию на федеральном и региональном рынках	Р, К, Э, П (проект)	<i>Вопрос на экзамене 11 - 21</i>

	разных типов для отбора к публикации в СМИ	Владет навыками участия в реализации медиапродукта на федеральном и региональном рынках	Р, К, Э, П (проект)	<i>Вопрос на экзамене 22- 31</i>
4	ИПК-1.2 Редактирует медиатексты СМИ разных типов и приводит их в соответствие с нормами, стандартами, формами, стилями	Знает основные коммерческие преимущества текстов различных форм и тематических категорий	Р, К, Э, П (проект)	<i>Вопрос на экзамене 32- 42</i>
		Умеет формировать конкурентоспособный медиапродукт	Р, К, Э, П (проект)	<i>Вопрос на экзамене 43 - 52</i>
		Владет навыками актуализации, придания релевантности, эксклюзивности и формирования иных конкурентных качеств медиатекста	Р, К, Э, П (проект)	<i>Вопрос на экзамене 52-62</i>

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

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 издательской продукции
5. Оборот розничной торговли на рынке издательской продукции
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. Особенности рынка издательской продукции 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 издательской продукции. Многообразие ниш рынка издательской продукции 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 издательской продукции
24. Работа с различными ассортиментными группами
25. Особенности работы с детской литературой
26. Особенности работы с учебной литературой

27. Инструменты маркетинга в издательской сфере
28. Реклама как метод продвижения изданий на рынок
29. ПР как часть кампании по продвижению организации и товара
30. Книжные ярмарки в России и мире
31. Факторы, оказывающие влияние на реализацию издательской продукции
32. Маркетинг как неотъемлемая составляющая распространения издательской продукции
33. Буктрейлеры в продвижении издательской продукции (виды и этапы создания)

Примерная тематика коллоквиума:

Тема коллоквиума: Издательство как особая форма предпринимательской организации
Вопросы для обсуждения:

Книжное дело как культурный и деловой процесс. Понятия «репутация», «имидж фирмы», «корпоративная психология», «философия фирма» и их влияние на процесс распространения издательской продукции

Тема коллоквиума: Продукция издательства в условиях рынка

Вопросы для обсуждения: Специфика книжной продукции с точки зрения социологии и психологии чтения: влияние данного фактора на процесс распространения. Книжный рынок России. Оптовая и розничная книжная торговля

Тема коллоквиума: Ценообразование в издательской сфере

Вопросы для обсуждения:

Финансовые потоки книготоргового предприятия. Ценовая политика. Формирование отпускной, оптовой и розничной цены издания

Тема коллоквиума: Каналы распространения и работа с аудиторией

Вопросы для обсуждения:

Исследование рынка. Многообразие ниш книжного рынка и выбор направления деятельности. Взаимодействие издательства и клиентов. Специфика работы с различными каналами распространения

Тема коллоквиума: Ассортимент как основа издательской деятельности

Вопросы для обсуждения: Методы работы с различными ассортиментными группами: 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 курсы на группы, 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.

**Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации
(экзамен/зачет)**

Перечень вопросов к зачету:

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

36. Работа с ассортиментными группами в сфере издательского дела: поддержка сбыта и т.д.
37. Автоматизация в книготорговле
38. Интернет как канал продвижения издательской продукции
39. Методы организации продвижения в сети Интернет
40. Логистика в издательской сфере
41. Логистические цепи в издательском бизнесе
42. Длина и ширина каналов распространения издательской продукции

Примерные вопросы к экзамену

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

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

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Критерии оценивания по экзамену
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

Критерии оценивания по зачету:

«зачтено»: студент владеет теоретическими знаниями по данному разделу, знает формы _____, допускает незначительные ошибки; студент умеет правильно объяснить _____ материал, иллюстрируя его примерами _____.

«не зачтено»: материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры по _____, довольно ограниченный объем знаний программного _____ материала.

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 учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная 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/5635.2>.

5. 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.
6. Кондрашов В. М. Управление продажами: учебное пособие - Москва: ЮнитиДана, 2012. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114548

Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>

3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru;>
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

6. 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, 2017

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научноисследовательская 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 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 «Введение в профессию» 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; семинарское занятие. 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.

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.

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, проверки результатов индивидуальных практических заданий. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

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.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	Microsoft Microsoft Windows 8, 10 "№73–АЭФ/223-ФЗ/2017 Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2017 "Операционная система (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)" 2. Microsoft Microsoft Office Professional Plus "№73–АЭФ/223-ФЗ/2017Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2017Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер Оборудование:	Microsoft Microsoft Windows 8, 10 "№73–АЭФ/223-ФЗ/2017 Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2017 "Операционная система (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)" 2. Microsoft Microsoft Office Professional Plus "№73–АЭФ/223-ФЗ/2017Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2017Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Microsoft Windows 8, 10 "№73–АЭФ/223-ФЗ/2017 Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2017 "Операционная система (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)" 2. Microsoft Microsoft Office Professional Plus "№73–АЭФ/223-ФЗ/2017Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2017Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.301)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Microsoft Windows 8, 10 "№73–АЭФ/223-ФЗ/2017 Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2017 "Операционная система (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)" 2. Microsoft Microsoft Office Professional Plus "№73–АЭФ/223-ФЗ/2017Соглашение Microsoft ESS 72569510"XX.11.2017Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты