

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.21 Основы теории и практики распространения издательской продукции**

Объем трудоемкости: 7 зачетных единиц

Цели дисциплины: изучить инновационные методы распространения и продвижения издательской продукции и освоить навыки предпринимательства.

Задачи дисциплины:

1. изучить процесс распространения издательской продукции;
2. проанализировать современные методы распространения и продвижения продукции издательства;
3. изучить правовые, финансовые и организационные аспекты издательской деятельности.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.О.21 Основы теории и практики распространения издательской продукции относится к Блок 1. Дисциплины (модули). Обязательная часть.

Данная дисциплина необходима для закладывания основ в дальнейшем образовательном процессе по дисциплинам «Теория и практика распространения издательской продукции», «Интегрированные коммуникации в массово-информационной сфере».

Требования к уровню освоения дисциплины

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

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	
ИОПК-2.1. Критически осмысливает тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	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
ИОПК-2.2. Учитывает тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	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
ПК-04 Способен разрабатывать стратегию продвижения и распространения продукции средств массовой информации	
ИПК-04.1. Анализирует стратегию продвижения и распространения продукции средств массовой информации	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 мониторинга информационных поводов и анализов новостной сути актуальных событий

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
ИПК-04.2. Оптимизирует и /или разрабатывает собственную стратегию продвижения и распространения продукции средств массовой информации	Знает коммуникативные особенности формальных и содержательных сторон медиапродукта в парадигме восприятия массовой аудитории
	Умеет повышать 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

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости 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

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
8.	Введение в технологию распространения издательской продукции	14	4	4	-	6
9.	Характеристика рынка издательской продукции	14	4	4	-	6
10.	Издательство как особая форма предпринимательской организации	14	4	4	-	6
11.	Специфика издательской продукции. Продукция издательств в условиях рынка	14	4	4	-	6
12.	Система распространения издательской продукции: история и современность	14	4	4	-	6
13.	Сеть сбыта: каналы распространения в общей системе распространения изданий	14	4	4	-	6
14.	Каналы распространения и работа с аудиторией	12	4	2	-	6
15.	Обзор пройденного материала. Прием зачета	7,8	-	2	-	5,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	<i>103,8</i>	<i>28</i>	<i>28</i>	<i>-</i>	<i>47,8</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	-	-	-	-
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	-	-	-	-
	Подготовка к текущему контролю	-	-	-	-	-
	Общая трудоемкость по дисциплине	108	-	-	-	-

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет, экзамен

Автор РПД: Цаканян Алла Андреевна

кандидат филологических наук, доцент кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии