




МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)

---

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель ОП «Издательское дело»  
  
(подпись) И.П. Куманева  
(ФИО)

УТВЕРЖДАЮ  
Директор департамента коммуникаций и медиа  
  
(подпись) В.А. Казакова  
(ФИО)  
«10» июня 2019 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
Продвижение издательских проектов  
**Направление подготовки 42.03.03 Издательское дело**  
Профиль «Книгоиздательское дело»  
**Форма подготовки очная**

курс 4 семестр 7  
лекции 36 час.  
практические занятия 36 час.  
лабораторные работы 0 час.  
в том числе с использованием МАО лек. 0 / пр. 0 / лаб. 0 час.  
в том числе в электронной форме лек. 0 / пр. 0 / лаб. 0 час.  
всего часов аудиторной нагрузки 72 час.  
в том числе с использованием МАО 0 час.  
в том числе в электронной форме 0 час.  
самостоятельная работа 72 час.  
в том числе на подготовку к экзамену 36 часов  
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрено  
зачет не предусмотрен  
экзамен 7 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ, принятым решением Ученого совета Дальневосточного федерального университета, протокол от 25.02.2016 № 02-16, и утвержденного приказом ректора от 10.03.2016 №12-13-391.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол №10 от «10» июня 2019 г.

Директор департамента канд.полит.наук, доцент Казакова В.А.  
Составитель: канд.полит.наук, доцент Мальцева О.П.

## **Оборотная сторона титульного листа РПУД**

### **I. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

### **II. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

## АННОТАЦИЯ

Учебная дисциплина «Продвижение издательских проектов» разработана для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.03 «Издательское дело», профиль «Книгоиздательское дело», в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению и образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ.

Дисциплина является обязательной и входит в вариативную часть Б1.В.ДВ.4.2

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы, всего 144 академических часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия — 36 часов, практические занятия — 36 часов, самостоятельная работа студента — 72 часа.

Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре. В качестве итоговой формы отчетности по дисциплине предусмотрен экзамен.

Дисциплина логически и содержательно связана с курсом «Основы издательского бизнеса», «Управление инновациями в издательском деле».

Курс «Продвижение издательских проектов» сосредоточен на изучении одной из необходимых частей издательского бизнеса — современных методах управления издательскими процессами.

### **Цель:**

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов понимания продвижения в среде потенциальных клиентов, формирования бизнес-плана и заканчивается набором требуемой емкости клиентской базы

Понимание базовых понятий, а также умение использовать на практике основных правил ведения издательского бизнеса и книжного маркетинга.

Воплощение проекта в жизнь должно сопровождаться квалифицированной поддержкой экспертов из узкоспециализированной области экономики, а также маркетологами и аналитиками.

### **Задачи:**

Для достижения поставленной цели выделяются следующие задачи курса:

- изучение возможностей структур, определяющих издательский бизнес, позволяющих сопровождать проекты различных направлений в любом из российских регионов.
- изучение процессов продвижения продукта в современных условиях издательской деятельности;
- изучение взаимодействия издателя как отдельной творческой единицы и процессов создания книжной и полиграфической продукции.

Для успешного изучения дисциплины «Продвижение издательских проектов» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность усваивать лекционный материал;
- способность логически мыслить;
- умение формулировать и четко излагать мнение по заданной теме;
- способность определять целевую аудиторию, составлять общий портрет целевой аудитории, а затем более детально конкретного человека, которому будет полезен проект.

• сущность издательской профессии как социальной, информационной, творческой, знать ее базовые характеристики, смысл социальных ролей издателя, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций.

Предварительные компетенции:

- способность усваивать лекционный материал;
- способность логически мыслить;
- умение формулировать и четко излагать мнение по заданной теме;
- способность понимать сущность издательской профессии как социальной, информационной, творческой, знать ее базовые характеристики, смысл социальных ролей издателя, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-17 способность участвовать в разработке издательского проекта	Знает	принципы организации и осуществления издательского проекта
	Умеет	организовать разработку издательского проекта
	Владеет	навыками разработки издательского проекта
ПК-18 способность соблюдать нормативные и технологические требования при разработке издательских проектов	Знает	технологии разработки издательских проектов
	Умеет	создавать издательскую продукцию
	Владеет	инструментами представления издательской продукции в сети Интернет
ПК-28 способность	Знает	Основные положения ГОСТ 7.60–2003 «Издания. Основные виды»

ориентироваться в системе видов изданий, существующей в издательской практике	Умеет	Определять вид издания по его первичным признакам: стиль изложения, материальная конструкция, знаковой природе информации
	Владеет	Всеми классификационными признаками, обозначенными в ГОСТ 7.60–2003 «Издания. Основные виды» для быстрого и точного определения видо-типологических характеристик издания
ПК-36 способность принимать управленческие решения по реализации издательского проекта	Знать	Тенденции и конъюктуру издательского рынка, методы определения читательской аудитории
	Уметь	Анализировать состояние рынка, потребности читательской аудитории, находить наиболее эффективный канал распространения
	Владеть	Методами определения читательской аудитории, навыками организации и планирования издательской деятельности как единого бизнес-процесса: от концепции до продажи

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Продвижение издательских проектов» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения:

- практические занятия в форме коллоквиума.

# **I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

## **Лекции (36 часов)**

### **Раздел I. Проектная деятельность: создание и внедрение проекта, поиск целевой аудитории (12 час)**

#### **Тема 1. Создание и внедрение комплексной стратегии продвижения издательского проекта (6 час)**

Основные теоретические аспекты маркетинга и интернет-маркетинга. Основные стратегии продвижения проектов, используя онлайн среду. Обзор инструментов для измерения ключевых показателей эффективности деятельности организации. Этапы разработки стратегии продвижения проекта, сроки реализации проекта.

#### **Тема 2. Теоретические основы продвижения проектов (6 час)**

Определение маркетинга и интернет-маркетинга. Продвижение проекта или продукта посредством использования рекламы, PR, event-менеджмента и прочего. Продвижение в интернете. Этапы продвижения: предварительный, этап выхода проекта, этап зрелости проекта.

### **Раздел II. Продвижение книгоиздательской продукции (24 часов)**

#### **Тема 1. Основы управления проектами (4 час)**

Что такое управление проектами. Основа: время, стоимость и содержание. Заказчик и исполнитель.

#### **Тема 2. Основные подходы к управлению проектами (4 час)**

Модель водопад (каскадная модель). Стадии каскадной модели: Итеративная модель. Гибкая методология разработки (agile-методы).

#### **Тема 3. Тенденции (4 час)**

Современная издательская система, в основе которой лежат принципы свободы слова и демократизации редакционно-издательских процессов, использования рыночных механизмов и внедрения новых информационных технологий. Книготорговые структуры: «АСТ», «Просвещение», «Терра», «Аванта+», «Росмэн», «Инфра-М» и др. Современные библиотеки. Розничные предприятия. Использование современных технологий для книжной торговли.

#### **Тема 4. Виды каналов распространения издательской продукции (4 час)**

Видами каналов распространения издательской рекламы считают такие каналы, которые носят характера массового применения. Авиареклама и «воздушная» реклама. В настоящее время широко распространена

внутренняя реклама — реклама в интерьере книжных торговых организаций, в вестибюлях отелей, в аэропортах, на железнодорожных вокзалах и т.д. Реклама в сети Интернет.

#### **Тема 5. Создание продукта для издательской отрасли (4 час)**

Процесс создания традиционного рекламного продукта включает. Формирование идеи сообщения. Выбор вариантов сообщения. Исполнение. Уникальное торговое предложение (УТП). Метод эвристического мышления. Мозговой штурм. Технология синектики.

#### **Тема 6. Мероприятия по продвижению издательской продукции в розничном книготорговом предприятии (4 час)**

Информационное спонсирование профессиональных мероприятий, к которым можно отнести конференции, фестивали, форумы и т. д. Самостоятельная организация обучающих и профессиональных мероприятий, а также тематических встреч специалистов. Семинары-лекции, круглые столы, мастер-классы, конференции. скрытый маркетинг. Активно используется продвижение книг с помощью электронных библиотек. Имидж редакции. Реклама конкретных изданий, авторов, проектов — это популяризация произведений литературы, пропаганда чтения,

Торговая или оптовая реклама, потребительская реклама, кооперативная реклама.

## **II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

### **Практические занятия (36 час.)**

#### **Занятие 1. Создание и внедрение комплексной стратегии продвижения издательского проекта (4 час)**

Практическое занятие в форме коллоквиума. Студентам предварительно предоставляется список тем/вопросов, которые обсуждаются на практическом занятии. Список тем/вопросов соответствует предыдущей лекционной теме. Такая форма занятий позволяет закрепить теоретический материал, разобрать сложные теоретические аспекты.

#### **Занятие 2. Теоретические основы продвижения проектов (4 час)**

Практическое занятие в форме коллоквиума. Студентам предварительно предоставляется список тем/вопросов, которые обсуждаются на практическом занятии. Список тем/вопросов соответствует предыдущей лекционной теме. Такая форма занятий позволяет закрепить теоретический материал, разобрать сложные теоретические аспекты.

### **Занятие 3. Основы управления проектами (4 час)**

Практическое занятие в форме коллоквиума. Студентам предварительно предоставляется список тем/вопросов, которые обсуждаются на практическом занятии. Список тем/вопросов соответствует предыдущей лекционной теме. Такая форма занятий позволяет закрепить теоретический материал, разобрать сложные теоретические аспекты.

### **Занятие 4. Основные подходы к управлению проектами (4 час)**

Практическое занятие в форме коллоквиума. Студентам предварительно предоставляется список тем/вопросов, которые обсуждаются на практическом занятии. Список тем/вопросов соответствует предыдущей лекционной теме. Такая форма занятий позволяет закрепить теоретический материал, разобрать сложные теоретические аспекты.

### **Занятие 5. Тенденции (4 час)**

Практическое занятие в форме коллоквиума. Студентам предварительно предоставляется список тем/вопросов, которые обсуждаются на практическом занятии. Список тем/вопросов соответствует предыдущей лекционной теме. Такая форма занятий позволяет закрепить теоретический материал, разобрать сложные теоретические аспекты.

### **Занятие 6. Виды каналов распространения издательской продукции (4 час)**

Практическое занятие в форме коллоквиума. Студентам предварительно предоставляется список тем/вопросов, которые обсуждаются на практическом занятии. Список тем/вопросов соответствует предыдущей лекционной теме. Такая форма занятий позволяет закрепить теоретический материал, разобрать сложные теоретические аспекты.

### **Занятие 7. Создание продукта для издательской отрасли (6 час)**

Практическое занятие в форме коллоквиума. Студентам предварительно предоставляется список тем/вопросов, которые обсуждаются на практическом занятии. Список тем/вопросов соответствует предыдущей лекционной теме. Такая форма занятий позволяет закрепить теоретический материал, разобрать сложные теоретические аспекты.

### **Занятие 8. Мероприятия по продвижению издательской продукции в розничном книготорговом предприятии (6 час)**

Практическое занятие в форме коллоквиума. Студентам предварительно предоставляется список тем/вопросов, которые обсуждаются на практическом занятии. Список тем/вопросов соответствует предыдущей лекционной теме. Такая форма занятий позволяет закрепить теоретический материал, разобрать сложные теоретические аспекты.



### III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Продвижение издательских проектов» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

### IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел I Проектная деятельность: создание и внедрение проекта, поиск целевой аудитории	ПК-17	принципы организации и осуществления издательского проекта	УО-2 Коллоквиум (Пр. занят. №1-4)	Вопросы к экзамену 1-7
			организовать разработку издательского проекта		
			навыками разработки издательского проекта		
		ПК-18	технологии разработки издательских проектов		
			создавать издательскую продукцию		
			инструментами представления издательской продукции в сети Интернет		
2	Раздел II Продвижение книгоиздательской продукции	ПК-28	Основные положения ГОСТ 7.60–2003 «Издания. Основные виды»	УО-2 Коллоквиум (Пр. занят. №5-8)	Вопросы к экзамену 8-15
			Определять вид издания по его первичным признакам: стиль изложения, материальная конструкция, знаковой природе информации		
			Всеми классификационными признаками, обозначенными в ГОСТ 7.60–2003 «Издания. Основные виды» для беглого		

			и точного определения видо-типологических характеристик издания		
		ПК-36	Тенденции и конъюктуру издательского рынка, методы определения читательской аудитории		
			Анализировать состояние рынка, потребности читательской аудитории, находить наиболее эффективный канал распространения		
			Методами определения читательской аудитории, навыками организации и планирования издательской деятельности как единого бизнес-процесса: от концепции до продажи		

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

## **V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

1. Захарова Ю.А. Стратегии продвижения товаров (2-е издание) [Электронный ресурс] / Ю.А. Захарова. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 158 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57066.html>
2. Российское книгоиздание. Тенденции. Стратегии. Перспективы: Монография / Ординарцев И.И.; Под ред. Эриашвили Н.Д. - М.:ЮНИТИ, 2015. - 135 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/566347>
3. Скрипникова Н. Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations [Электронный ресурс] : теоретические брифы. Учебное пособие / Н. Н. Скрипникова. — Воронеж : Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 53 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59126.html>

### **Дополнительная литература**

1. Арутюнова Е.А. Основы рекламы [Электронный ресурс] : практикум / Е.А. Арутюнова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 122 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62977.html>

2. Феоктистова Н.В. Технология разработки дизайна и оформления печатных средств массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Феоктистова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2012.— 41 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76523.html>.

3. Пятецкий В.Е. Управление инновационными процессами. Организационные аспекты инновационного менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Пятецкий В.Е., Генкин А.Л., Разбегин В.П. — М. : Издательский Дом МИСиС, 2013. — 125 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/56191>

### **Перечень информационных технологий и программного обеспечения**

Microsoft Office Professional Plus 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.);

7Zip 9.20 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных.

## **VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Студентам при освоении дисциплины «Продвижение издательских проектов» необходимо ознакомиться: с содержанием рабочей учебной программы дисциплины (далее — РПУД), с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, имеющимся на образовательном портале и сайте кафедры, с графиком консультаций преподавателей кафедры.

### **Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям (теоретический курс)**

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Именно поэтому контроль над систематической работой студентов всегда находится в центре внимания кафедры. Студентам необходимо перед каждой лекцией просматривать рабочую программу

дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы.

Данный материал будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции, перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций).

#### **Рекомендации по подготовке к практическим занятиям**

Студентам следует приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию, до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия, при подготовке к практическим занятиям следует обязательно использовать не только лекции, учебную литературу, но и нормативно – правовые акты и материалы правоприменительной практики.

Теоретический материал следует соотносить с правовыми нормами, так как в них могут быть внесены изменения, дополнения, которые не всегда отражены в учебной литературе. В начале занятий можно задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения. В ходе семинара давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов, на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю. Студенты, не отчитавшиеся по каждой не проработанной ими на занятиях теме к началу зачетной сессии, упускают возможность получить положенные баллы за работу в соответствующем семестре.

#### **Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных домашних заданий**

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным РПУД, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на консультациях неясные вопросы.

## VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 96) Оборудование: плазма: 3 штуки: модель LG FLATRON M4716CCBA Проектор, модель PanasonicPT-DZ110XEi, экран, акустическая система для настенного монтажа ExtronSI 28 Эксклюзивная документ камера, модель Avervision 355 AF Доска аудиторная	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F705 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДФУ)

---

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ  
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**  
по дисциплине «Продвижение издательских проектов»  
Направление подготовки 42.03.03 Издательское дело  
Профиль «Книгоиздательское дело»  
Форма подготовки очная

**Владивосток  
2019**

## План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п / п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	1-2 неделя	Подготовка к практическому занятию	2 ч.	Работа на практическом занятии
2.	3-4 неделя	Подготовка к практическому занятию	2 ч.	Работа на практическом занятии
3.	5-6 неделя	Подготовка к практическому занятию	2 ч.	Работа на практическом занятии
4.	7-8 неделя	Подготовка к практическому занятию	2 ч.	Работа на практическом занятии
5.	9-10 неделя	Подготовка к практическому занятию	2 ч.	Работа на практическом занятии
6.	11-12 неделя	Подготовка к практическому занятию	2 ч.	Работа на практическом занятии
7.	13-15 неделя	Подготовка к практическому занятию	2 ч.	Работа на практическом занятии
8.	16-17 неделя	Подготовка к практическому занятию	2 ч.	Работа на практическом занятии
	18 неделя	Подготовка к зачету	36 ч.	Зачет
Всего на самостоятельную работу 36 час				

Изучение дисциплины предполагает следующие виды самостоятельной работы студентов в течение семестра:

- Подготовка к практическим занятиям

Особо значимой для профессиональной подготовки студентов является *самостоятельная работа* по курсу. В ходе этой работы студенты отбирают необходимый материал по изучаемому вопросу и анализируют его. Самостоятельная работа с литературой включает в себя такие приемы как составление плана, тезисов, конспектов.

Семинар — форма учебного процесса, построенная на самостоятельном изучении студентами по заданию преподавателя отдельных вопросов, проблем тем с последующим оформлением материала в виде устного доклада и его совместного обсуждения.

Семинарские занятия по дисциплине «Продвижение издательских проектов» предполагают самостоятельное изучение студентами материала,

подготовку и выступления с докладами, участие в последующем совместном обсуждении.

При подготовке к семинару необходимо:

- внимательно ознакомиться с его планом;
- изучить соответствующую учебную и дополнительную литературу;
- законспектировать ответы на все вопросы данного занятия;
- усвоить определения основных понятий по теме семинара.

Семинарские занятия призваны научить студентов самостоятельно работать с литературой, выступать перед аудиторией, проводить дискуссии, отстаивать свою точку зрения. В ходе занятия высоко оценивается стремление студента спрашивать, высказываться, спорить.





МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)

---

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
по дисциплине **«Продвижения издательских проектов»**  
**Направление подготовки 42.03.03 Издательское дело**  
Профиль **«Книгоиздательский бизнес»**  
**Форма подготовки очная**

**Владивосток**  
**2019**

**Паспорт ФОС**  
по дисциплине «Продвижение издательских проектов»

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
	ПК-17 способность участвовать в разработке издательского проекта	Знает
Умеет		организовать разработку издательского проекта
Владеет		навыками разработки издательского проекта
ПК-18 способность соблюдать нормативные и технологические требования при разработке издательских проектов	Знает	технологии разработки издательских проектов
	Умеет	создавать издательскую продукцию
	Владеет	инструментами представления издательской продукции в сети Интернет
ПК-28 способность ориентироваться в системе видов изданий, существующей в издательской практике	Знает	Основные положения ГОСТ 7.60–2003 «Издания. Основные виды»
	Умеет	Определять вид издания по его первичным признакам: стиль изложения, материальная конструкция, знаковой природе информации
	Владеет	Всеми классификационными признаками, обозначенными в ГОСТ 7.60–2003 «Издания. Основные виды» для быстрого и точного определения видо-типологических характеристик издания
ПК-36 способность принимать управленческие решения по реализации издательского проекта	Знать	Тенденции и конъюнктуру издательского рынка, методы определения читательской аудитории
	Уметь	Анализировать состояние рынка, потребности читательской аудитории, находить наиболее эффективный канал распространения
	Владеть	Методами определения читательской аудитории, навыками организации и планирования издательской деятельности как единого бизнес-процесса: от концепции до продажи

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел I Проектная	ПК-17	суть, принципы организации и осуществления издательского	УО-2 Коллокви Вопросы к экзамену 1-7

	деятельность: создание и внедрение проекта, поиск целевой аудитории		проекта	ум (Пр. занят. №1-4)	
			организовать разработку издательского проекта		
			навыками разработки издательского проекта		
		ПК-18	технологии разработки издательских проектов		
			создавать издательскую продукцию		
			инструментами представления издательской продукции в сети Интернет		
2	Раздел II Продвижение книгоиздательс кой продукции	ПК-28	виды изданий, существующие в издательской практике	УО-2 Коллокви ум (Пр. занят. №5-8)	Вопросы к экзамену 8-15
			применять те или иные способы рекламы издательской продукции в зависимости вида издания		
			навыками рекламирования и распространения различной издательской продукции		
		ПК-36	особенности взаимодействия с авторами, виды авторских договоров		
			выстраивать взаимовыгодные отношения с авторами		
			навыками организации работы с авторами		

### Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
ПК-17 способность участвовать в разработке издательского проекта	Знает	принципы организации и осуществления издательского проекта	Знание сути, принципов организации и осуществления издательского проекта	Способность передать суть и назвать основные принципы организации и осуществления издательского проекта
	Умеет	организовать разработку издательского проекта	Умение организовывать разработку издательского проекта	Способность организовать процесс разработки издательского проекта
	Владеет	навыками разработки издательского	Владение навыками разработки	Способность разрабатывать издательский проект

		проекта	издательского проекта	
ПК-18 способность соблюдать нормативные и технологические требования при разработке издательских проектов	Знает	технологии разработки издательских проектов	Знание технологий разработки издательских проектов	Способность свободно рассказать технологии разработки издательских проектов
	Умеет	создавать издательскую продукцию	Умение создавать издательскую продукцию	Способность создавать издательскую продукцию
	Владет	инструментами представления издательской продукции в сети Интернет	Владение инструментами представления издательской продукции в сети Интернет	Способность использовать и применять на практике инструментами представления издательской продукции в сети Интернет
ПК-28 способность ориентироваться в системе видов изданий, существующей в издательской практике	Знает	Основные положения ГОСТ 7.60–2003 «Издания. Основные виды»	Знание видов изданий, существующих в издательской практике	Способность перечислить и охарактеризовать виды изданий, существующих в практике
	Умеет	Определять вид издания по его первичным признакам: стиль изложения, материальная конструкция, знаковой природе информации	Умение применять те или иные способы рекламы издательской продукции в зависимости от вида издания	Способность применять различные способы рекламы издательской продукции в зависимости от вида издания
	Владет	Всеми классификационными признаками, обозначенными в ГОСТ 7.60–2003 «Издания. Основные виды» для быстрого и точного определения видо-типологических характеристик издания	Владение навыками рекламирования и распространения различной издательской продукции	Способность рекламировать и распространять различную издательскую продукцию
ПК-36 способность	Знать	Тенденции и конъюнктуру	Руководствуется логикой при	Способен соотнести методы определения

принимать управленческие решения по реализации издательского проекта		издательского рынка, методы определения читательской аудитории	выборе метода определения читательской аудитории Понимает, что у читательской аудитории могут быть психологические, возрастные, социальные и др. особенности, определяющие выбор метода	читательской аудитории с самой аудиторией
	Уметь	Анализировать состояние рынка, потребности читательской аудитории, находить наиболее эффективный канал распространения	При решении задач использует исследовательские навыки, методы сбора и обобщения информации	Выбирает из предложенных стратегию распространения цифрового издания, исходя из общих данных по анализу рынка и читательской аудитории
	Владеть	Методами определения читательской аудитории, навыками организации и планирования издательской деятельности как единого бизнес-процесса: от концепции до продажи	Систематизирует проанализированную информацию, проводит сравнительный анализ стратегий, принимает решение в пользу правильной. Соотносит выбранную стратегию с уже существующими бизнес-процессами.	Предлагает свою стратегию распространения цифрового издания, используя для этого аргументацию

### **Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины**

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по дисциплине «Продвижение издательских проектов» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация проводится в форме контрольных мероприятий, практических занятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

- степень усвоения теоретических знаний;

- результаты самостоятельной работы. По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Для оценивания степени усвоения теоретических знаний, практических умений и навыков используются оценочные средства в виде УО-2 Коллоквиум.

### Перечень оценочных средств

Код ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
УО-2	Коллоквиум	Обсуждение отдельных частей, разделов, тем, вопросов изучаемого курса. Служит формой проверки и повышения знаний студентов.	Вопросы для коллоквиума

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Продвижение издательских проектов» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

В зависимости от вида промежуточного контроля по дисциплине и формы его организации могут быть использованы различные критерии оценки знаний, умений и навыков.

### Критерии оценки (устный ответ)

✓ 5 баллов — если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

✓ 4 балла — ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать

аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

✓ 3 балла — оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 0-2 баллов — ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

### **Оценочные средства для промежуточной аттестации**

#### **Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену:**

1. Опишите процесс продвижения продукта в современных условиях издательской деятельности.
2. Каким образом можно определить целевую аудиторию, составить общий портрет целевой аудитории?
3. Опишите основные теоретические аспекты маркетинга и интернет-маркетинга.
4. Опишите основные стратегии продвижения проектов, используя онлайн среду.
5. Провести обзор инструментов для измерения ключевых показателей эффективности деятельности организации.
6. Какие существуют основные проблемные зоны в существующей стратегии продвижения компании
7. Приведите примеры общих и локальных целей издательского маркетинга.
8. Включен ли издатель, редактор в маркетинговую деятельность?

9. Что такое концепция маркетинга? Какие концепции маркетинга вы знаете?

10. Назовите типовые разделы плана маркетинга.

11. Какие критерии сегментации рынка вам известны?

12. В чем заключается основа деятельности по позиционированию книги на рынок?

13. Что такое «структура издательства»?

14. Дайте определение продвижению издательского товара на рынке.

15. Назовите преимущества и недостатки использования схемы распространения издательской продукции через крупного оптовика?

*Образец экзаменационного билета*

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»**

**Школа гуманитарных наук**

**ООП 42.03.03 «Издательское дело»**

**Дисциплина «Технология редакционно-издательского процесса»**

**Форма обучения Очная**

**Семестр Весенний 2016 - 2019 учебного года**

**Реализующий Департамент коммуникаций и медиа**

**Экзаменационный билет № 1**

1. Назовите типовые разделы плана маркетинга.
2. Провести обзор инструментов для измерения ключевых показателей эффективности деятельности организации.
3. Опишите процесс продвижения продукта в современных условиях издательской деятельности.

Директор Департамента \_\_\_\_\_

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене**

<b>Баллы (рейтинговой оценки)</b>	<b>Экзамен</b>	<b>Критерии</b>
---	----------------	-----------------



5	<i>Отлично</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
4	<i>Хорошо</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
3	<i>Удовлетворительно</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
2	<i>Неудовлетворительно</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

**Оценочные средства для текущей аттестации**  
**Вопросы для коллоквиума**  
по дисциплине «Продвижение издательских проектов»

**Вопросы для Практических занятий № 1.**

1. Стратегия продвижения оптовой продажи книг
2. Стратегия продвижения розничной продажи книг
3. Привлечение рекламодателей.

**Вопросы для Практических занятий № 2.**

1. Что содержит в себе понятие «продвижение проектов»?
2. Определите задачи продвижения проектов.
3. Основные инструменты продвижения проектов.

**Вопросы для Практических занятий № 3.**

1. Что такое инициирование проекта?
2. Основные этапы планирования проекта.
3. Управление рисками проекта.
4. Что такое жизненный цикл проекта?

**Вопросы для Практических занятий № 4.**

1. В чем суть «метода водопада»?
2. Преимущества и недостатки бережливого стартапа.
3. Метода критического пути: плюсы и минусы.
4. Особенности гибкой методологии разработки.

**Вопросы для Практических занятий № 5.**

1. Тенденции развития современной издательской системы.
2. Влияние свободы слова и демократизации редакционно-издательского процесса на развитие издательской системы.
3. Рыночные отношения как основа развития издательской системы России.

**Вопросы для Практических занятий № 6.**

1. Каковы преимущества рекламы в СМИ?
2. Преимущества и недостатки размещения рекламных объявлений в журналах.
3. Каковы преимущества и недостатки рекламы на транспорте?

4. Преимущества и недостатки радио как канала распространения рекламы. Жанры радиорекламы.

5. Преимущества и недостатки наружной рекламы?

### **Вопросы для Практических занятий № 7.**

1. Редакционно-издательский процесс как основа создания проекта в издательской отрасли.

2. Стадии создания издательского продукта.

3. Что такое план-проспект издания?

4. Роль процесса рецензирования в создании издательского продукта.

5. Что такое авторский оригинал.

6. Важность авторского договора при создании издательского продукта.

### **Вопросы для Практических занятий № 8.**

1. Виды мероприятий по продвижению издательской продукции.

2. Как та или иная группа потенциальных покупателей влияет на выбор тех или иных мероприятий по продвижению издательской продукции.

3. Особенности стимулирования продаж издательской продукции.

### **Критерии оценки:**

- 4 балла – если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры;

- 3 балла – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы и т.д. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

- 1-2 балла – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько

ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

- 0 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Составитель \_\_\_\_\_ О.П. Мальцева  
(подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019г.