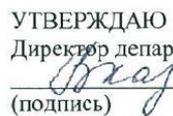




МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

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

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



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Современное книгораспространение
Направление подготовки 42.03.03 Издательское дело
Профиль «Книгоиздательское дело»
Форма подготовки: очная

Курс 3 семестр 6
лекции 18 час.
практические занятия 36 час
лабораторные работы не предусмотрено учебным планом.
в том числе с использованием МАО лек. 18/пр.36/лаб. 0 час.
всего часов аудиторной нагрузки 54 час.
в том числе с использованием МАО 54 час.
самостоятельная работа 90 час.
в том числе на подготовку к экзамену не предусмотрено
контрольные работы (количество) не предусмотрено
курсовая работа / курсовой проект предусмотрена 6 семестр
зачет 6 семестр
экзамен не предусмотрен

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.н., Казакова В.А.
Составитель: ассистент Куманева И.П.

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

Дисциплина «Современное книгораспространение» входит в блок вариативной части обязательных дисциплин профессионального цикла (Б1.В.ОД.2) учебного плана подготовки бакалавров.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия – 18 часов, практические занятия - 36 часов, в том числе с использованием МАО - 54 часа), самостоятельная работа студента - 90 часов.

Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре. В качестве итоговой формы отчетности по дисциплине предусмотрен зачет.

Дисциплина «Современное книгораспространение» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Компьютерная графика, верстка в издательском бизнесе», «Технология редакционно-издательского процесса», «Редакторская подготовка журнальных изданий».

Дисциплина содержит следующие разделы: современное книгораспространение: основные понятия; организация движения потоков в современном книгораспространении; стратегическое планирование развития системы книгораспространения; закупочная теория и практика управления материально-техническим снабжением; производственное книгораспространение; современное транспортное книгораспространение; современное распределительное книгораспространение; планирование развития глобальной системы книгораспространения.

Цель - формирование теоретических основ, навыков организации и практики проведения социологических исследований в книжной торговле.

Задачи:

- исследования проблемных ситуаций на книжном рынке;
- организации исследовательского процесса; выбора и применения исследовательских методик на практике;
- оценки эффективности проведенных социологических исследований.

Предварительные компетенции:

- знать основы производственных процессов в издательском деле;
- уметь строить производственные цепочки в издательском деле;
- владеть навыками анализа ситуации.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-32 способность формировать ассортимент предприятий распространения издательской продукции на основе изучения спроса и предложения	Знает	Основные понятия экономической теории, понятия спроса и предложения, ассортиментной матрицы; Основные характеристики издания, определяющие его спрос: читательский адрес, функциональное назначение и др. Основные этапы логистического процесса и его разновидности
	Умеет	Анализировать текущую ситуацию на рынке в сегменте издательского бизнеса, соотносить тенденции со спросом и потребностью населения
	Владеет	Способностью принимать участие в разработке ассортиментной матрицы книготоргового предприятия, опираясь на исследовательский и эмпирический опыт, Навыками определения канала распределения издательской продукции
ПК-34 способностью осуществлять обслуживание оптовых и розничных покупателей	Знает	Основные положения теории маркетинга, ГОСТ 51303-2013 «Торговля. Термины и определения.», правил розничной торговли, тенденций книготоргового рынка
	Умеет	Производить классификацию покупателей, соотносить их существующей логистической цепочкой
	Владеет	Навыками эффективной работы с определенным видом покупателей в зависимости от выбранной логистической цепочки, навыками коммуникативной работы
ПК-35 способность владеть методами распространения цифровых изданий	Знает	Характеристики цифровых изданий, платформы для их распространения, форматы цифровых изданий
	Умеет	Подготовить издание к распространению на необходимой платформе, привести его к нужному формату
	Владеет	Способностью определить подходящий метод распространения цифрового издания, исходя из его особенностей
ПК-36 способность принимать управленческие решения по реализации издательского проекта	Знает	Тенденции и конъюктуру издательского рынка, методы определения читательской аудитории
	Умеет	Анализировать состояние рынка, потребности читательской аудитории, находить наиболее эффективный канал распространения

	Владеет	Методами определения читательской аудитории, навыками организации и планирования издательской деятельности как единого бизнес-процесса: от концепции до продажи
ПК-37 способность организовывать работу с авторами	Знает	- Основные положения ГОСТ 7.89–2005 «Оригиналы текстовые авторские и издательские»
	Умеет	- Использовать нормативно-правовые документы в работе с авторами
	Владеет	- Способностью определить правовые нормы взаимоотношений, зону ответственности каждой из сторон - Первичными навыками определения авторских прав, вступающих в действие, при заключении договора

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Современное книгораспространение» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения:

- Лекция – беседа
- Практика-консультация

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (18 час., в том числе 18 час. в интерактивной форме)

Тема 1. Современное книгораспространение. Основные понятия. (4 час.)

Книжная торговля: исторический аспект. Традиционное книгоиздание. Предприятие книгораспространения в системе книжного рынка. Основные тенденции в системе книгораспространения в России. Методология логистики. Функциональные области логистики книжного дела. Лекция проводится с использованием элементов метода активного обучения «лекция-беседа». Лекция-беседа, или диалог с аудиторией является наиболее распространенной и сравнительно простой формой активного вовлечения студентов в учебный процесс. Она предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией.

Тема 2. Организация движения потоков в современном книгораспространении (4 час.)

Основные книготорговые каналы. Предприятие книгораспространения как хозяйствующий объект рынка. Обеспечивающие области логистики. Лекция проводится с использованием элементов метода активного обучения «лекция-беседа». Лекция-беседа, или диалог с аудиторией является наиболее распространенной и сравнительно простой формой активного во-

влечения студентов в учебный процесс. Она предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией.

Тема 3. Организация технологии распространения издательской продукции (4 час.)

Цель и формы закупочной логистики. Определение метода закупок. Выбор поставщика и правовые основы документального оформления заказа. Определение потребностей. Методы и методика определения потребностей в ресурсах. Вопрос «производить или закупать?». Теория запасов. Лекция проводится с использованием элементов метода активного обучения «лекция-беседа». Лекция-беседа, или диалог с аудиторией является наиболее распространенной и сравнительно простой формой активного вовлечения студентов в учебный процесс. Она предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией.

Тема 4. Стратегическое планирование развития системы книгораспространения (5 час.)

Производственная логистика в издательском деле. Актуальность стратегического планирования. Понятие и роль стратегии в системе книгораспространения. Корпоративные стратегии в медиаиндустрии. Этапы стратегического планирования системы. Переход на цифровые платформы. Медиапотребление и электронное книгоиздание. Лекция проводится с использованием элементов метода активного обучения «лекция-беседа». Лекция-беседа, или диалог с аудиторией является наиболее распространенной и сравнительно простой формой активного вовлечения студентов в учебный процесс. Она предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические работы (36 час., в том числе 36 час. в интерактивной форме)

Практическое занятие №1 Анализ субъектов рынка печатных и электронных изданий (6 час.). Занятие проводится с использованием метода активного обучения «практика-консультация». В начале занятия каждому студенту выдается методический материал, содержащий теоретический материал по пройденной теме, варианты заданий и решение типового задания. Сначала, вместе с преподавателем разбирается и повторяется теоретический материал по теме. После чего, каждый студент решает свой вариант, при воз-

никновении вопросов, обращается за помощью к преподавателю. Практика консультации проводится с целью научить студентов самостоятельной работе с учебной литературой, оказания помощи в самостоятельной работе, в подготовке к рубежной контрольной работе. Преподаватель контролирует ход решения задач, отвечает на возникающие вопросы и обобщает рассмотренный материал. Преимущество практики-консультации перед другими формами проведения практического занятия в том, что она позволяет приучить студентов к работе с литературой, индивидуализировать процесс обучения с учетом уровня понимания и восприятия материала каждым обучаемым.

Цель практического занятия

На основе изученных материалов, публикаций в профессиональной периодике и ежегодных Отраслевых докладов «Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития», подготовленных Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям, студент должен провести анализ деятельности субъектов книжного рынка, понять особенности их взаимодействия, направленного на максимальное удовлетворение спроса на печатные и электронные издания.

План работы:

1. В форме эссе изложить мнение по поводу взаимодействия предприятия (оптового или розничного) с другими субъектами книжного рынка печатных или электронных изданий. Показать, как осуществляются закупки у поставщиков (издательств, издающих организаций, фирм, распространяющих канцелярские и другие не книжные сопутствующие товары), какие формы и методы торговли используются для их реализации.

2. Провести анализ деятельности субъектов книжного рынка, уделить особое внимание их задачам и специфике работы в условиях экономического кризиса.

Практическое занятие № 2. Современное книгораспространение. Основные понятия (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.

Практическое занятие № 3. Принципы организации предприятий распространения печатных и электронных изданий (6 час.). Занятие проводится с использованием метода активного обучения «практика-консультация». В начале занятия каждому студенту выдается методический материал, содержащий теоретический материал по пройденной теме, варианты заданий и решение типового задания. Сначала, вместе с преподавателем

разбирается и повторяется теоретический материал по теме. После чего, каждый студент решает свой вариант, при возникновении вопросов, обращается за помощью к преподавателю. Практика консультации проводится с целью научить студентов самостоятельной работе с учебной литературой, оказания помощи в самостоятельной работе, в подготовке к рубежной контрольной работе. Преподаватель контролирует ход решения задач, отвечает на возникающие вопросы и обобщает рассмотренный материал. Преимущество практики- консультации перед другими формами проведения практического занятия в том, что она позволяет приучить студентов к работе с литературой, индивидуализировать процесс обучения с учетом уровня понимания и восприятия материала каждым обучаемым.

Цель практического занятия

Студент должен знать принципы организации и функции оптовых и розничных предприятий книгораспространения. Иметь представление о структуре предприятий и функциях их подразделений, о «Примерных правилах работы предприятий розничной торговли». Осознавать необходимость разработки и внедрения стандарта предприятия, регламентирующего его деятельность. Сформировать правильное понимание значения разработки бизнес-процессов в предприятиях оптового и розничного звена и использования информационных технологий. Рассматривать технологические бизнес-процессы как сумму физических и технологических характеристик книготоргового предприятия. Овладеть регламентами работы в предприятии книгораспространения.

План работы

1. Описать цели и задачи оптового предприятия (по выбору студента).
2. Пояснить, какие отличия имеют оптовые и мелкооптовые предприятия книгораспространения.
3. Описать принципы организации любого независимого и книжного магазина и сети. Показать различие их организации.
4. Разъяснить значение стандарта, должностных инструкций для успешного развития предприятия.
5. Описать значение внедрения информационных технологий для оптимизации технологических бизнес-процессов и, в конечном итоге, удовлетворения спроса покупателей.

Практическое занятие № 4. Копоративная стратегия в медиа-индустрии (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.

Практическое занятие № 5. Медиапотребление, цифровые форматы и платформы. Государственная политика в области защиты и поддержки медиаотрасли (**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.

Практическое занятие № 6 «Стратегическое управление издательским проектом: реализация» (10 час.) Занятие проводится с использованием метода активного обучения «практика-консультация».

Цель практического занятия

Дать представление о бизнес-процессах оптового предприятия на основе логистических процессов. Получить представление о видах и классификации логистических каналов. Рассмотреть типовую структуру оптового предприятия и ознакомиться с функциями его подразделений. Закрепить на практике понимание содержания и последовательности технологических бизнес-процессов. Курс сопряжен с другим курсом «Компьютерная графика и верстка в издательском деле», в рамках которого студенты выполняют творческие проектные задания. В связи с этим, в рамках данного курса и практического занятия задание предполагает использование готового издательского проекта, выполненного в рамках другой дисциплины.

План работы

1. На примере готового издательского проекта разработать стратегию распространения, учитывая концептуальные показатели проекта.
2. В работе должно быть отражено: состояние и перспективы сегмента рынка, обозначена читательская аудитория, указаны методы ее определения, эффективный канал распространения и платформа для данной аудитории и вида издания, должен учитываться правовой аспект в распространении издания.
3. В форме презентации представить стратегию.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Программные средства обработки и презентации информации» 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 / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Современное книгораспространение. Основные понятия	ПК-32	Знает основные понятия экономической теории, понятия спроса и предложения, ассортиментной матрицы; основные характеристики издания, определяющие его спрос: читательский адрес, функциональное назначение и др. Основные этапы логистического процесса и его разновидности	УО-1 Вопросы для коллоквиума к практическому занятию №2 ПР-11 Задание к практическому занятию №1 ПР-5 Курсовая работа	
			Умеет анализировать текущую ситуацию на рынке в сегменте издательского бизнеса, соотносить тенденции со спросом и потребностью населения		
		ПК-35	Знает характеристики цифровых изданий, платформы для их распространения, форматы цифровых изданий		
		ПК-36	Знает тенденции и конъюктуру издательского рынка, методы определения читательской аудитории		
		ПК-37	Знает основные положения ГОСТ 7.89–2005 «Оригиналы текстовые авторские и издательские»		
2	Организация движения потоков в современном книгораспространении	ПК-34	Знает основные положения теории маркетинга, ГОСТ 51303-2013 «Торговля. Термины и определения.», правил розничной торговли, тенденций книготоргового рынка	УО-1 Вопросы для коллоквиума к практическому занятию №4 ПР-11 Задание к практическому занятию №6 ПР-5 Курсовая	
			Умеет производить классификацию покупателей, соотносить их существующей логистической цепочкой		
		ПК-35	Умеет подготовить издание к распространению на необходимой платформе, привести его к нужному формату		

			Владеет способностью определить подходящий метод распространения цифрового издания, исходя из его особенностей	работа	
3	Организация технологии распространения издательской продукции	ПК-35	Умеет подготовить издание к распространению на необходимой платформе, привести его к нужному формату	УО-1 Вопросы для коллоквиума к практическом у занятию №5 ПР-11 Задание к практическом у занятию №6	
			Владеет способностью определить подходящий метод распространения цифрового издания, исходя из его особенностей		
4	Стратегическое планирование развития системы книгораспространения	ПК-34	Владеет навыками эффективной работы с определенным видом покупателей в зависимости от выбранной логистической цепочки, навыками коммуникативной работы	ПР-5 Курсовая работа ПР-11 Задание к практическом у занятию №3 ПР-11 Задание к практическом у занятию №6	
			ПК-36		
		ПК-37			
			Умеет использовать нормативно-правовые документы в работе с авторами		
Владеет способностью определить правовые нормы взаимоотношений, зону ответственности каждой из сторон, первичными навыками определения авторских прав, вступающих в действие, при заключении договора					

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 ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Хабаров, В. И. Основы логистики [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. И. Хабаров. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. – (Университетская серия). – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/451142>
2. Эриашвили, Н. Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Издательское дело и редактирование», «Книгораспространение», «Менеджмент» / Н. Д. Эриашвили, В. К. Старостенко. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 303 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=376840>
3. Иванова Е.Н. Финансово-хозяйственная деятельность предприятия книгораспространения: Учебник / Е. Н. Иванова. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 796 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=354040>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 336 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=512747>
2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / А.А. Канке, И.П. Кошечая. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 288 с. – (Профес. образование). (п) – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/373890>
3. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 [Электронный ресурс] / А. Амзин [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, 2016. — 304 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75003.html>

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

Подготовка и выполнение практических заданий. По каждой теме дисциплины предлагаются вопросы и практические задания. Перед выполнением заданий изучите теорию вопроса, предполагаемого к исследованию. Используйте дополнительную периодическую литературу – специальные журналы («Реклама книги», «Справочник по литературному редактированию для работников средств массовой информации»), стандарты, статистические материалы, нормативные правовые акты, доступные информационные ресурсы в сети Интернет. Студентам следует обратить внимание на следующее.

По курсу «Современное книгораспространение» предусмотрен зачет и курсовая работа.

Самостоятельная работа студентов заключается:

- в подготовке к практическим занятиям в форме консультаций и дискуссий;
- в выполнении индивидуальных и групповых заданий,
- в подготовке к защите курсовой работы,
- в подготовке к итоговому собеседованию.

Цель практических (семинарских) занятий – научить студентов самостоятельно анализировать учебную и научную литературу и вырабатывать у них опыт самостоятельного мышления по проблемам курса, а также выработать навыки практического применения теоретических знаний. Как правило, семинары проводятся в виде практик-консультаций с элементами дискуссии. При этой форме работы отдельным студентам могут поручаться сообщения по тому или иному вопросу, а также ставя дополнительные вопросы, как всей аудитории, так и определенным участникам обсуждения.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Лекционные занятия по дисциплине «Современное книгораспространение» проходят в аудиториях, оборудованных аудио-визуальными средствами.

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 34) Оборудование: плазма: модель LG FLATRON M4716CCBA Проектор, модель Mitsubishi, экран	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F703 Учебная аудитория

Эксклюзивная документ камера, модель Avervision 355 AF Доска аудиторная	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 маркерщиками.

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 профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

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	15 марта	Подготовка к индивидуальному практическому заданию	7 часов	Выполнение индивидуального практического задания (Практическое занятие №1)
2	22 марта	Подготовка к индивидуальному практическому заданию	7 часов	Выполнение индивидуального практического задания (Практическое занятие №1)
3	29 марта	Подготовка к индивидуальному практическому заданию	7 часов	Выполнение индивидуального практического задания (Практическое занятие №2)
4	5 апреля	Подготовка к индивидуальному практическому заданию	7 часов	Выполнение индивидуального практического задания (Практическое занятие №2)
5	12 апреля	Подготовка к индивидуальному практическому заданию	7 часов	Выполнение индивидуального практического задания (Практическое занятие №3)
6	19 апреля	Подготовка к индивидуальному практическому заданию	7 часов	Выполнение индивидуального практического задания (Практическое занятие №3)
7	26 апреля	Подготовка к групповому практическому заданию	7 часов	Выполнение индивидуального практического задания (Практическое занятие №4)
8	17 мая	Подготовка к групповому практическому заданию	7 часов	Выполнение индивидуального практического задания (Практическое занятие №4)
9	24 мая	Подготовка к групповому практическому заданию	7 часов	Выполнение индивидуального практического задания (Практическое занятие №4)
10	31 мая	Подготовка к групповому практическому заданию	7 часов	Выполнение индивидуального практического задания (Практическое занятие №4)
11	7 июня	Подготовка к написанию курсовой работы	8 часов	Публичная защита курсовой работы
12	14 июня	Подготовка к написанию курсовой работы	8 часов	Публичная защита курсовой работы

Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению

Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом, соответствует более глубокому усвоению изучаемого курса, формирует навыки исследовательской работы и ориентирует на умение применять теоретические знания на практике.

Материалом для подготовки могут стать конспекты лекций, профессиональная литература, учебно-методическое обеспечение дисциплины.

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

- работа над практическими заданиями;
- написание эссе;
- написание курсовой работы.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента по дисциплине «Современное книгораспространение» предусматривает:

- поиск дополнительной научной литературы, к которой студенты могут прибегать при возникновении особой заинтересованности в конкретной теме;
- определение перечня контрольных вопросов, позволяющих студентам самостоятельно проверить качество полученных знаний;
- организацию консультаций преподавателя со студентами для разъяснения вопросов, вызывающих у студентов затруднения при самостоятельном освоении учебного материала.

Дополнительными формами самостоятельной работы являются групповые и индивидуальные задания, выступающие продолжением аудиторных занятий и направленные на овладение практическими навыками по основным разделам дисциплины.

При выполнении творческого задания необходимо использовать не только теоретические знания по теме задания, но и личный социальный опыт, творческий подход к оценке коммуникативных процессов и разрешению проблемных ситуаций.

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

Презентации к практическому заданию №4 должны быть выполнены в программе Power Point. Первый слайд обязательно содержит выходные сведения: ФИО автора, ФИО руководителя, название профильного департамента, формулировку задания, год, место создания, все слайды (кроме титульного) должны быть пронумерованы.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда. Образы – в отличие от иллюстраций – метафора. Их назначение – вызвать эмоцию и создать отношение к ней, воздействовать на аудиторию. С помощью хорошо продуманных и представляемых образов, информация может надолго остаться в памяти человека. Диаграмма – визуализация количественных и качественных связей. Их используют для убедительной демонстрации данных, для пространственного мышления в дополнение к логическому. Таблица – конкретный, наглядный и точный показ данных. Ее основное назначение – структурировать информацию, что порой облегчает восприятие данных аудиторией.

Практические советы по подготовке презентации

- готовьте отдельно: печатный текст + слайды + раздаточный материал;
- слайды – визуальная подача информации, которая должна содержать минимум текста, максимум изображений, несущих смысловую нагрузку, выглядеть наглядно и просто;

- текстовое содержание презентации – устная речь или чтение, которая должна включать аргументы, факты, доказательства и эмоции;

- рекомендуемое число слайдов 17-22;

- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего; план сообщения; краткие выводы из всего сказанного; список использованных источников;

- раздаточный материал – должен обеспечивать ту же глубину и охват, что и живое выступление: люди больше доверяют тому, что они могут унести с собой, чем исчезающим изображениям, слова и слайды забываются, а раздаточный материал остается постоянным осязаемым напоминанием; раздаточный материал важно раздавать в конце презентации; раздаточный материал должен отличаться от слайдов, должны быть более информативными.

Эссе, курсовые предоставляются в письменном виде, плагиат запрещен. Работа должна быть выполнена самостоятельно, оригинальность текста не менее 70 %.

Одной из основных работ, подлежащих оценке преподавателя, является подготовка и написание курсовой работы согласно предложенным темам.

Помимо тщательной проработки и компоновки материала требуется выполнение технических условий при оформлении работы. Без выполнения предъявленных требований преподаватель оставляет за собой право не принимать работу к аттестации.

Для успешного оформления реферативной работы рекомендуется использовать следующие параметры:

Основной текст

Набор текста осуществляется на компьютере, что облегчает его редактирование. Письменные работы оформляются на одной стороне листа белой бумаги формата А 4 (размер 210 на 297 мм) в соответствии со следующими требованиями:

интервал междустрочный – полуторный;

гарнитура шрифта – Times New Roman;

размер шрифта – 14 пт (в таблицах допускается 10–12 пт; в оглавлении – 12 пт). Выравнивание текста – по ширине полосы набора.

Страницы письменной работы должны иметь следующие размеры полей:

левое – 25 мм;

правое – 15 мм ;

верхнее и нижнее – 20 мм.

Все страницы работы нумеруются по порядку от титульного листа до последней страницы арабскими цифрами, соблюдается сквозная нумерация по всему тексту. Первой страницей считается титульный лист, на котором номер не ставится. На следующей странице проставляется цифра «2» и т.д. Порядковый номер ставится в правой нижней части страницы.

Если в письменной работе содержатся рисунки и таблицы, которые располагаются на отдельных страницах, эти страницы необходимо включать в общую нумерацию. Если рисунок или таблица расположены на листе формата больше А4, их следует учитывать как одну страницу. Номер страницы в этих случаях допускается не проставлять. Приложения и список литературы необходимо включать в сквозную нумерацию.

Каждая составная часть работы (глава, раздел), кроме подразделов или пунктов, должна начинаться с новой страницы.

Заголовок раздела (подраздела или пункта) печатают, отделяя от номера пробелом, начиная с прописной буквы, не ставя точку в конце и не подчеркивая. При этом номер раздела (подразделов подраздела или пункта) печатают после абзацного отступа, равным пяти знакам (первому положению табулятора равному 1,25 см).

В заголовках следует избегать сокращений (за исключением общепри-

знанных аббревиатур, единиц величин и сокращений).

В заголовке не допускается перенос слова на следующую строку.

Если заголовок состоит из двух предложений, то их разделяют точкой.

Заголовки разделов, подразделов, пунктов выделяют полужирным шрифтом.

Заголовок раздела отделяется от следующего за ним текста или заголовка подраздела одной пустой строкой.

Заголовок раздела или подраздела, следующий после текста предыдущего раздела или подраздела, отделяется от него одной пустой строкой.

В письменной работе «Термины и определения» и «Обозначения и сокращения» («Обозначения», «Сокращения») можно объединить в один раздел «Термины, определения, обозначения и сокращения» («Термины, определения и обозначения», «Термины, определения и сокращения»)

Термины и определения начинают со слов:

«В настоящей письменной работе применены следующие термины с соответствующими определениями».

Определение должно быть оптимально кратким и состоять из одного предложения. Термин записывают с прописной буквы, а определение – со строчной. Термин отделяют от определения с помощью тире.

В письменной работе допускается использовать следующие сокращения: и т.д. – и так далее; и т.п. – и тому подобное; и др. – и другие; в т.ч. – в том числе; пр. – прочие; т.е. – то есть.

Не допускается использовать сокращения: **т.о.** – **таким образом**; **т.н.** – **так называемый**, **т.к.** – **так как**.

4.12.5 В графических элементах используются следующие сокращения:

в.; вв.; г.; гг.; – при датах (век; веков; год; годов);

г.; д.; обл.; с. – при географических названиях;

экз.; тыс.; млн; млрд – при числах в цифровой форме;

р. (рубль); долл. (доллар);

ч (час); с (секунда); мин (минута); т (тонна); м (метр); мм (миллиметр); г (грамм); кг (килограмм); ц (центнер); га (гектар); атм (атмосфера); А (ампер) – точка в конце данных сокращений не ставится, а также в некоторых др. размерностях физических величин.

Список литературы

Список литературы к научной работе включает библиографические описания документов, использованных автором при работе над темой. Список помещается после основного текста работы, в качестве заглавия списка используется словосочетание «Список литературы».

Основное требование к составлению списка литературы – единообразное оформление и соблюдение ГОСТ 7.1–2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание документа: общие требования и правила составления, ГОСТ 7.80–2000. Библиографическая запись. Заголовок: общие требования и правила составления и ГОСТ 7.82–2001 Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления.



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

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Современное книгораспространение»
Направление подготовки 42.03.03 Издательское дело
профиль «Книгоиздательское дело»
Форма подготовки очная

Владивосток
2019

**Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине
«Современное книгораспространение»**

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-32 способность формировать ассортимент предприятий распространения издательской продукции на основе изучения спроса и предложения	Знает	Основные понятия экономической теории, понятия спроса и предложения, ассортиментной матрицы; Основные характеристики издания, определяющие его спрос: читательский адрес, функциональное назначение и др. Основные этапы логистического процесса и его разновидности
	Умеет	Анализировать текущую ситуацию на рынке в сегменте издательского бизнеса, соотносить тенденции со спросом и потребностью населения
	Владеет	Способностью принимать участие в разработке ассортиментной матрицы книготоргового предприятия, опираясь на исследовательский и эмпирический опыт, Навыками определения канала распределения издательской продукции
ПК-34 способностью осуществлять обслуживание оптовых и розничных покупателей	Знает	Основные положения теории маркетинга, ГОСТ 51303-2013 «Торговля. Термины и определения.», правил розничной торговли, тенденций книготоргового рынка
	Умеет	Производить классификацию покупателей, соотносить их существующей логистической цепочкой
	Владеет	Навыками эффективной работы с определенным видом покупателей в зависимости от выбранной логистической цепочки, навыками коммуникативной работы
ПК-35 способность владеть методами распространения цифровых изданий	Знает	Характеристики цифровых изданий, платформы для их распространения, форматы цифровых изданий
	Умеет	Подготовить издание к распространению на необходимой платформе, привести его к нужному формату
	Владеет	Способностью определить подходящий метод распространения цифрового издания, исходя из его особенностей
ПК-36 способность принимать управленческие решения по реализации издательского проекта	Знает	Тенденции и конъюктуру издательского рынка, методы определения читательской аудитории
	Умеет	Анализировать состояние рынка, потребности читательской аудитории, находить наиболее эффективный канал распространения

	Владеет	Методами определения читательской аудитории, навыками организации и планирования издательской деятельности как единого бизнес-процесса: от концепции до продажи
ПК-37 способность организовывать работу с авторами	Знает	- Основные положения ГОСТ 7.89–2005 «Оригиналы текстовые авторские и издательские»
	Умеет	- Использовать нормативно-правовые документы в работе с авторами
	Владеет	- Способностью определить правовые нормы взаимоотношений, зону ответственности каждой из сторон - Первичными навыками определения авторских прав, вступающих в действие, при заключении договора

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
ПК-32 способность формировать ассортимент предприятий распространения издательской продукции на основе изучения спроса и предложения	знает (пороговый уровень)	Основные понятия экономической теории, понятия спроса и предложения, ассортиментной матрицы; Основные характеристики издания, определяющие его спрос: читательский адрес, функциональное назначение и др. Основные этапы логистического процесса и его разновидности		
	умеет (продвинутый)	Анализировать текущую ситуацию рынке в сегменте издательского бизнеса, соотносить тенденции со спросом и потребностью населения		
	владеет (высокий)	Способностью принимать участие в разработке ассортиментной матрицы книготоргового предприятия, опираясь на исследовательский и эмпирический опыт, Навыками определения канала распределения издательской продукции		
ПК-34 способностью осуществлять обслуживание оптовых и розничных покупателей	знает (пороговый уровень)	Основные положения теории маркетинга, ГОСТ 51303-2013 «Торговля. Термины и определения.», правил розничной торговли, тенденций книготоргового рынка	Знает, где найти ГОСТ 51303-2013 «Торговля. Термины и определения.», правила розничной торговли,	Использует при решении задач установленные правила и ГОСТ 51303-2013 «Торговля. Термины и определения.»
	умеет (продвинутый)	Производить классификацию покупателей, соотносить их существующей логистической цепочкой	При решении задачи использует знания о классификации покупателей, об их правах, их участии в бизнес-процессах компании, ориентируется в бизнес-процессах компании	Самостоятельно умеет определить бизнес-процесс, используемый для определенного вида покупателя Составляет коммерческое предложение

	владеет (высокий)	Навыками эффективной работы с определенным видом покупателей в зависимости от выбранной логистической цепочки, навыками коммуникативной работы	При решении задачи руководствуется пониманием общей тенденции книготоргового рынка	Свободно ориентируется в спросе и предложении на рынке, понимает потребности рынка, из чего может составить представление о конкретной потребности того или иного покупателя
ПК-35 способность владеть методами распространения цифровых изданий	знает (пороговый уровень)	Характеристики цифровых изданий, платформы для их распространения, форматы цифровых изданий	Использует для создания оригинал-макета Adobe Indesign	Безошибочно определяет вид издания, его электронный формат, оригинал-макет переводит в электронный формат
	умеет (продвинутый)	Подготовить издание к распространению на необходимой платформе, привести его к нужному формату	Безошибочно применяет ГОСТ 7.04.-2006 «Издания. Выходные сведения» к цифровому изданию, соотносит требования ГОСТ с выбранной платформой	Самостоятельно выбирает электронный формат для цифрового издания, руководствуясь требованиями ГОСТ и выбранной платформой
	владеет (высокий)	Способностью определить подходящий метод распространения цифрового издания, исходя из его особенностей	При выборе платформы для распространения цифрового издания руководствуется особенностями платформ, а именно: универсальность, доступность, ориентированность на определенную группу читателей	Самостоятельно выбирает метод распространения, платформу для цифрового издания, руководствуясь конъюнктурой рынка, загружает его на эту платформу
ПК-36 способность принимать управленческие решения по реализации издательского проекта	знает (пороговый уровень)	Тенденции и конъюктуру издательского рынка, методы определения читательской аудитории	Руководствуется логикой при выборе метода определения читательской аудитории Понимает, что у читательской аудитории могут быть психологические, возрастные, социальные и др. особенности, определяющие выбор метода	Способен соотнести методы определения читательской аудитории с самой аудиторией
	умеет (продвинутый)	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 стратегии распространения цифрового издания, исходя из общих данных по анализу рынка и

				читательской аудитории
	владеет (высокий)	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
ПК-37 способность организовывать работу с авторами	знает (пороговый уровень)	- Основные положения ГОСТ 7.89–2005 «Оригиналы текстовые авторские и издательские», а также – части 4 Гражданского кодекса РФ - основные формы проверки авторского оригинала для принятия решения о публикации	Демонстрирует уверенность при работе с авторским оригиналом, соответственно, идентифицирует его, может отличить от издательского, не начинает работу без согласования с главным редактором	Использует в профессиональном обиходе терминологический аппарат, уверенно определяет комплектность авторского оригинала, выполняет письменную приемку оригинала у автора
	умеет (продвинутый)	- Использовать нормативно-правовые документы в работе с авторами - составить рецензию на авторский оригинал на основе готового шаблона	Способен проконсультировать автора по вопросам оценки авторского оригинала, используя в работе ГОСТ 7.89–2005 «Оригиналы текстовые авторские и издательские», а также – часть 4 Гражданского кодекса РФ. При оценке оригинала прибегает к шаблону рецензии	Бегло выделяет основные положения в авторском оригинале, фиксирует достоинства и недостатки текста на профессиональном уровне, способен сформулировать основные рекомендации по улучшению текста и изложить это в установленной форме автору
	владеет (высокий)	- Способностью определить правовые нормы взаимоотношений, зону ответственности каждой из сторон - Первичными навыками определения авторских прав, вступающих в действие, при заключении договора - Навыками приемки авторского оригинала - навыками написания рецензии на авторский оригинал, правилами согласования с автором замечаний, указанных в рецензии	При работе с авторским оригиналом помнит об авторских правах, использует методы редакторской правки, оценивает масштаб и объем работы	Самостоятельно определяет план работы с оригиналом и с автором, проводит разъяснительную и консультативную работу для автора, апеллируя нормативными документами. Обеспечивает автора рецензией, написанной согласно плану и всем этическим нормам

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

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

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- 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, ПР-3 Эссе, ПР-5 курсовая работа, ПР-11 Кейс-задача.

Критерии оценки указаны ниже.

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Современное книгораспространение» 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. Зачет по дисциплине выставляется на основе рейтинговой системы.

**Критерии выставления оценки студенту на зачете
по дисциплине «Современное книгораспространение»:**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка эк- замена (за- чета) (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
----------------------------------	---	--

100-85	<i>«отлично» зачет</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал по основам редакторского дела, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, обозначает особенности применения тех или иных методов работы редактора в зависимости от ситуаций, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, владеет и использует в решении задач нормативно-правовую базу, способен использовать современные технические средства для оптимизации, унификации и модернизации работы редактора.
85-76	<i>«хорошо» зачет</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. Использует основной терминологический аппарат по технологии редакционно-издательского процесса, способен решить стандартные практические задачи по редакторскому делу, знает основные нормативно-правовые акты, влияющие на способы и методы работы редактора.
75-61	<i>«удовлетворительно» зачет</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, не владеет способами и методами работы редактора с фактическим материалом, не владеет нормативно-правовыми актами и не применяет их.
60-50	<i>«неудовлетворительно» незачет</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Темы курсовых работ
по дисциплине «Современное книгораспространение»

1. Национальные и международные книжные выставки и ярмарки.
2. Книжные холдинги (МИФ, Эксмо, АСТ, Азбука-Аттикус и др.): стратегии процветания.
3. «Маленькие» издательства: стратегии выживания.
4. Приёмы продвижения медиа-продукта на информационный рынок, методы информационно-рекламной поддержки.
5. Место онлайн-издательских проектов на рынке.
6. Стратегическое управление реализацией издательского продукта.
7. Методы повышения эффективности логистических процессов в медиа-компаниях.
8. Маркетинговые стратегии для продвижения издательского продукта.
9. Мировые онлайн-гиганты как инструменты для продвижения издательского продукта.
10. Методы выявления читательской аудитории для издательского продукта.
11. Особенности стратегического управления нишевых и субкультурных медиа.
12. Медиапотребление определенных читательских групп и аудиторий (на выбор ЧА).
13. Сравнительный анализ цифровых платформ как инструментов для распространения издательского продукта.
14. Особенности правового и этического регулирования логистических процессов и процессов продвижения издательского продукта.
15. Государственная поддержка издательских домов в России.
16. Формы распространения периодических изданий: региональные особенности.
17. Формы распространения книжных изданий: региональные особенности.
18. Стратегия продвижения и распространения издательств учебной литературы.
19. Стратегия продвижения и распространения издательств детской литературы.
20. Стратегия продвижения и распространения издательств бизнес-литературы.
21. Ведущие книготорговые сети России.
22. Ведущие книготорговые сети: региональный аспект.

Критерии оценки (курсовой работы, эссе, в том числе выполненных в форме презентаций):

✓ 5- баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 4 - балла - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 3 балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

✓ 2 балла - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Вопросы для коллоквиума
по дисциплине «Современное книгораспространение»

Примерные вопросы для Практического занятия №2.

1. Факторы перемен на книжном рынке в конце XX века.
2. Что представляет собой медиа-индустрия? Каковы ее ключевые дифференцирующие факторы и сходные черты? Книжный рынок является сегментом медиа-отрасли? Почему?
3. Какие проблемы решает логистический процесс в системе бизнес-процессов?
4. Каково положение дел в медиа-индустрии на сегодняшний день? Какие мировые тенденции преобладают? С какими основными проблемами и вызовами она сталкивается?
5. Как характеризуется книготорговое предприятие с точки зрения финансово-хозяйственной деятельности? Почему его рассматривают именно с этой точки зрения?

Примерные вопросы для Практического занятия №4.

1. Какая историческая логика стоит за характером деятельности и структурой медиа-корпораций? Существуют ли дифференцирующие факторы для книжного рынка?
2. Какое рациональное зерно содержится в различных способах формирования портфолио книготорговой организации?
3. Какие подводные камни может готовить современный рынок корпоративным методам управления и моделям собственности?
4. Почему возрастает роль потребительского маркетинга в медиа-индустрии?
5. Какой именно вид маркетинговой стратегии наилучшим образом будет отвечать задачам разных бизнес-моделей в медиа-индустрии – модели, основанной на получении дохода от рекламы или модели, основанной на получении дохода от подписки?
6. Какие коррективы вносит в выше обозначенные процессы всеобщий переход на цифровую платформу?
7. Каковы основные элементы успешной маркетинговой стратегии в медиа-индустрии? Обозначьте дифференциальность стратегии относительно конкретного издательского продукта.

Примерные вопросы для Практического занятия №5.

1. Является ли пользовательский контент определяющим маркетинговые стратегии?
2. Какие онлайн-модели в настоящий момент функционируют эффективно или обладают потенциалом для этого?
3. Что необходимо предпринять традиционным медиа, чтобы стать частью цифрового пространства?
4. Должен ли быть пересмотрен контент в свете новых тенденций?
Проанализируйте тенденции на примере российского и мирового рынков.
5. Какие из бизнес-процессов медиа-компании стоит отдать на аутсорсинг или, наоборот, осуществлять внутри компании?

Критерии оценки:

1. - 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;
2. - 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.
3. - 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.
4. - 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 _____ И.П. Куманева
(подпись)

« ____ » _____ 20 16г.