



ФГОС ВО
(версия 3+
+)

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ В ИЗДАТЕЛЬСКОМ ДЕЛЕ»**

ЧЕЛЯБИНСК 2026

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Кафедра истории, музеологии и документоведения

Фонд оценочных средств
по дисциплине
«Маркетинг-менеджмент в издательском деле»

программа магистратуры
«Редакционно-издательская подготовка медиапродуктов»
по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело
квалификация: магистр

Челябинск 2026

Фонд оценочных средств по дисциплине «Маркетинг-менеджмент в издательском деле» составлен в соответствии с требованиями ФГОСВО по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело

Автор-составитель: Штолер А. В., доцент кафедры истории, музеологии и документоведения, канд. пед. наук, доцент

Фонд оценочных средств по дисциплине «Маркетинг-менеджмент в издательском деле» как составная часть ОПОП на заседании совета факультета документальных коммуникаций и туризма рекомендован к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 8 от 24.04.2025.

Экспертиза проведена 15.05.2025, акт № 2025/ИД

Фонд оценочных средств по дисциплине «Маркетинг-менеджмент в издательском деле» как составная часть ОПОП утвержден на заседании Ученого совета института протокол № 08 от 29.05.2023.

Срок действия фонда оценочных средств по дисциплине «Маркетинг-менеджмент в издательском деле» продлен на заседании Ученого совета института:

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2026/27	Протокол № 10 от 25.05.2026
2027/28	
2028/29	
2030/31	

1. СОСТАВНЫЕ ЧАСТИ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) представлен:

- ФОС в составе рабочей программы дисциплины;
- комплектом аттестационных педагогических измерительных материалов;
- материалами, необходимыми для оценки умений и владений (практико-ориентированные задания, используемые в период проведения промежуточной аттестации).

2. ФОС В СОСТАВЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ФОС в соответствии с Положением «О порядке разработки и утверждении основных профессиональных образовательных программ – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры» (утв. Ученым советом, протокол № 7 от 22.04.2019, приказ 83-п от 24.04.2019) входит в состав рабочей программы дисциплины (раздел № 6) и включает следующие пункты и подпункты:

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Таблица 6, 7.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

6.2.1. *Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования* Таблицы 8, 9

6.2.2. *Описание шкал оценивания.*

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене (зачете) (пятибалльная система). Таблица 10.

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания Таблица 11.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

6.3.1. *Материалы для подготовки к экзамену* Таблица 12, 13.

6.3.2. *Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.*

6.3.3. *Методические указания по выполнению курсовой работы.*

6.3.4. *Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций.*

6.3.4.1. Планы семинарских занятий.

6.3.4.2. Задания для практических занятий.

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий.

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).

6.3.4.5. Тестовые задания.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций.

3. КОМПЛЕКТ АТТЕСТАЦИОННЫХ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ИЗМЕРИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Спецификация АПИМ

Цель АПИМ	Оценка учебных достижений
Функция АПИМ	Контроль, диагностика
Вид контроля	Текущий контроль знаний обучающихся. Возможно применение в рамках промежуточной аттестации и проверки остаточных знаний
Модель АПИМ	Уровневая модель представлена в трех взаимосвязанных блоках заданий: – Блок 1. Задания на уровне «знать» в форме «выбор одного, двух и более правильных ответов из предложенных» выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно»; – Блок 2. Задания на уровне «знать» и «уметь» в форме «установление соответствия (последовательности)», в которых нет явного указания на способ выполнения, для их решения обучающийся самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач. – Блок 3. Задания на уровне «знать», «уметь», «владеть» представлены в форме кейс-задания, содержание которого предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы обучающийся мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая междисциплинарные знания. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее из описания реальной ситуации и совокупности сформулированных к ней вопросов. Выполнение обучающимся кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления умения анализировать конкретную информацию, проследивать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения. – Блок 4. Задания на уровне «знать», «уметь», «владеть» представлены в форме открытых вопросов, предполагающих краткий свободный ответ.
Количество тестовых заданий	Не каждую компетенцию должно быть разработано 40 заданий, в т. ч. Блок 1 – 10 тестовых заданий; Блок 2 – 10 тестовых заданий; Блок 3 – 4 кейса Блок 4 – 16 открытых вопросов
Время тестирования (мин)	90 мин.
Планируемые результаты освоения	ПК-2; ПК-10
Перечень документов, используемых при планировании содержания теста	ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело, рабочая программа дисциплины
Разработчики	Штолер А. В., доцент кафедры истории, музеологии и документоведения, канд. пед. наук, доцент
Экспертиза тестовых заданий	Проведена в рамках общей экспертизы ОПОП

Банк заданий с ответами

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

Код задания	Задание	Ключ правильного ответа
Блок 1	Выберите правильный ответ(ы)	
1.1	Какой стиль управления предполагает максимальное делегирование полномочий подчиненным? 1) Авторитарный 2) Демократический 3) Либеральный 4) Бюрократический	3
1.2	Что из перечисленного относится к основным функциям менеджмента? 1) Планирование 2) Производство 3) Маркетинг 4) Бухгалтерия	1
1.3	Какой метод принятия управленческих решений основан на коллективном обсуждении и генерации идей? 1) Метод Дельфи 2) Мозговой штурм 3) Метод сценариев 4) Метод дерева целей	2
1.4	Что из перечисленного является признаком эффективной командной работы? 1) Высокая текучесть кадров 2) Четкое распределение ролей 3) Отсутствие обратной связи 4) Конфликты между членами	2
1.5	Какой тип корпоративной культуры характеризуется высокой формализацией и иерархичностью? 1) Адхократия 2) Клановая 3) Бюрократическая 4) Рыночная	3
1.6	Что из перечисленного относится к методам мотивации персонала? 1) Штрафы 2) Премии 3) Выговоры 4) Все ответы верны	4
1.7	Какой этап стратегического планирования предполагает анализ внешней и внутренней среды? 1) Целеполагание 2) SWOT-анализ 3) Контроль 4) Реализация	2
1.8	Что из перечисленного относится к внутренним коммуникациям в организации?	1

	1) Совещание отдела 2) Переговоры с клиентом 3) Публикация в СМИ 4) Встреча с партнерами	
1.9	<i>Какой тип управленческого решения принимается в стандартных, повторяющихся ситуациях?</i> 1) Стратегический 2) Тактический 3) Оперативный 4) Программируемый	4
1.10	<i>Что из перечисленного является целью командообразования (team building)?</i> 1) Снижение зарплаты 2) Повышение сплоченности 3) Увольнение сотрудников 4) Сокращение штата	2
Блок 2	Установите соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого. Учтите, что один из элементов правого столбца лишний. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр и букв, соблюдая последовательность левого столбца, без пробелов и знаков препинания. Например, 1А2Б3В	
2.1	<i>Установите соответствие между стилем управления и его характеристикой:</i> 1) Авторитарный 2) Демократический 3) Либеральный А) Единоличное принятие решений Б) Коллегиальное обсуждение В) Минимальное вмешательство руководителя	1А, 2Б, 3В
2.2	<i>Соотнесите функцию менеджмента с ее содержанием:</i> 1) Планирование 2) Организация 3) Контроль А) Сопоставление результатов с целями Б) Определение целей и путей их достижения В) Создание структуры и распределение ресурсов	1Б, 2В, 3А
2.3	<i>Установите соответствие между методом принятия решений и его описанием:</i> 1) Метод Дельфи 2) Мозговой штурм 3) Метод сценариев А) Генерация идей без критики Б) Анонимное анкетирование экспертов В) Описание возможных вариантов будущего	1Б, 2А, 3В
2.4	<i>Соотнесите тип команды с ее характеристикой:</i> 1) Проектная команда 2) Кросс-функциональная команда 3) Самоуправляемая команда А) Включает специалистов разных отделов Б) Создается для выполнения конкретной задачи В) Принимает решения без руководителя	1Б, 2А, 3В

2.5	Установите соответствие между этапом развития команды (по Такмену) и его содержанием: 1) Формирование 2) Шторм 3) Нормирование А) Конфликты и борьба за лидерство Б) Знакомство и ориентация В) Выработка общих норм и правил	1Б, 2А, 3В
	Расположите следующие события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр, которыми обозначены события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности, без пробелов и знаков препинания. Например, 3421	
2.6	Определите последовательность этапов принятия управленческого решения: 1) Выбор альтернативы 2) Анализ проблемы 3) Оценка результатов 4) Реализация решения	2, 1, 4, 3
2.7	Расположите в правильной последовательности этапы стратегического планирования: 1) SWOT-анализ 2) Формулировка миссии 3) Постановка целей 4) Выбор стратегии	2, 3, 1, 4
2.8	Установите последовательность этапов командообразования: 1) Нормирование 2) Формирование 3) Шторм 4) Выполнение	2, 3, 1, 4
2.9	Определите последовательность этапов контроля в менеджменте: 1) Сравнение с эталонами 2) Установление стандартов 3) Корректирующие действия 4) Измерение результатов	2, 4, 1, 3
2.10	Расположите в правильной последовательности этапы делегирования полномочий: 1) Передача задачи 2) Определение ответственности 3) Контроль исполнения 4) Предоставление ресурсов	2, 1, 4, 3
Блок 3	Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания	
3.1	Кейс «Конфликт в издательстве» В издательстве между редакционным и маркетинговым отделами возник конфликт: редакторы считают, что маркетинтологи навязывают коммерческие проекты, снижающие качество книг. Вопросы:	1. Переговоры/медиация. 2. Посредника или арбитра. 3. Совместные планерки/общие KPI.

	1. Какой метод разрешения конфликта наиболее эффективен? 2. Какую роль должен сыграть руководитель? 3. Назовите один способ профилактики подобных конфликтов.	
3.2	Кейс «Новая стратегия» Руководитель издательства поставил цель: увеличить долю рынка на 15% за год. Команда не понимает, как этого достичь. <i>Вопросы:</i> 1. Какой метод планирования следует применить? 2. Как вовлечь команду в разработку стратегии? 3. Назовите один инструмент стратегического анализа.	1. Стратегическое планирование. 2. Мозговой штурм/стратегическая сессия. 3. SWOT-анализ.
3.3	Кейс «Мотивация команды» В издательстве высокий уровень текучести кадров среди младших редакторов. Зарплата соответствует рынку. <i>Вопросы:</i> 1. Какие нематериальные мотиваторы можно применить? 2. Какой стиль руководства предпочтителен? 3. Назовите один метод оценки удовлетворенности.	1. Обучение, карьерный рост, похвала. 2. Демократический. 3. Анкетирование/опрос.
3.4	Кейс «Управление проектом» В издательстве запускается новый книжный проект. Нужно распределить роли в команде. <i>Вопросы:</i> 1. Какие роли необходимо выделить? 2. Какой документ регламентирует распределение обязанностей? 3. Как часто следует проводить совещания?	1. Руководитель, редактор, маркетолог, дизайнер. 2. Матрица ответственности. 3. Ежедневно/на ключевых этапах.
Блок 4	Открытые вопросы (краткий ответ)	
4.1	Как называется стиль управления с единоличными решениями?	Авторитарный
4.2	Функция менеджмента, определяющая цели и пути?	Планирование
4.3	Метод генерации идей без критики?	Мозговой штурм
4.4	Процесс передачи задач подчиненным?	Делегирование
4.5	Анализ сильных и слабых сторон организации?	SWOT-анализ
4.6	Способность влиять на поведение людей?	Власть
4.7	Внутреннее побуждение к действию?	Мотивация
4.8	Сопоставление результатов с целями?	Контроль
4.9	Тип культуры с высокой формализацией?	Бюрократическая
4.10	Этап развития команды после «шторма»?	Нормирование
4.11	Совещание внутри организации?	Внутренняя коммуникация
4.12	Решение в стандартной ситуации?	Программируемое
4.13	Мероприятие для сплочения коллектива?	Тимбилдинг
4.14	Документ с распределением обязанностей?	Матрица ответственности
4.15	Процесс выработки долгосрочных целей?	Стратегирование
4.16	Способ разрешения спора через посредника?	Медиация

ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий

Код	Задание	Ключ
-----	---------	------

задания		правильного ответа
Блок 1	Выберите правильный ответ(ы)	
1.1	<i>Что из перечисленного относится к основным элементам комплекса маркетинга (4P)?</i> 1) Продукт 2) Персонал 3) Процесс 4) Проект	1
1.2	<i>Какой метод ценообразования основан на подсчете всех затрат на производство и сбыт?</i> 1) Затратный 2) Рыночный 3) Параметрический 4) Конкурентный	1
1.3	<i>Что из перечисленного является каналом прямого сбыта книжной продукции?</i> 1) Оптовый склад 2) Фирменный магазин 3) Книжный интернет-магазин (не издательства) 4) Розничная сеть	2
1.4	<i>Какой этап жизненного цикла товара характеризуется ростом прибыли и расширением рынка?</i> 1) Внедрение 2) Рост 3) Зрелость 4) Спад	2
1.5	<i>Что из перечисленного относится к информационно-коммуникационным технологиям продвижения медиапродукта?</i> 1) Тизерная реклама 2) Таргетинг в соцсетях 3) E-mail-рассылка 4) Все ответы верны	4
1.6	<i>Какой показатель используется для оценки конкурентоспособности книги?</i> 1) Тираж 2) Цена 3) Качество содержания и оформления 4) Все ответы верны	4
1.7	<i>Что из перечисленного относится к функциям маркетинговой службы издательства?</i> 1) Исследование рынка 2) Корректурa текста 3) Верстка макета 4) Печать тиража	1
1.8	<i>Какой метод маркетингового исследования предполагает сбор первичных данных через опрос?</i> 1) Наблюдение 2) Эксперимент 3) Анкетирование 4) Контент-анализ	3
1.9	<i>Что из перечисленного относится к современным тех-</i>	2

	ническим средствам создания медиапродукта? 1) Типографский станок 2) Настольная издательская система (Adobe InDesign) 3) Переплетный станок 4) Резак для бумаги	
1.10	Какой канал распространения электронных книг является наиболее распространенным? 1) Книжный магазин 2) Библиотека 3) Онлайн-платформа (ЛитРес) 4) Киоск	3
Блок 2	Установите соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого. Учтите, что один из элементов правого столбца лишний. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр и букв, соблюдая последовательность левого столбца, без пробелов и знаков препинания. Например, 1А2Б3В	
2.1	Установите соответствие между элементом комплекса маркетинга (4Р) и его содержанием: 1) Product 2) Price 3) Place 4) Promotion А) Цена Б) Товар В) Продвижение Г) Место продажи	1Б, 2А, 3Г, 4В
2.2	Соотнесите этап жизненного цикла товара с маркетинговой стратегией: 1) Внедрение 2) Рост 3) Зрелость А) Расширение ассортимента Б) Информирование потребителей В) Защита доли рынка	1Б, 2А, 3В
2.3	Установите соответствие между методом ценообразования и его определением: 1) Затратный 2) Рыночный 3) Параметрический А) Ориентация на цены конкурентов Б) Учет себестоимости и наценки В) Зависимость от характеристик товара	1Б, 2А, 3В
2.4	Соотнесите канал сбыта с его характеристикой: 1) Прямой 2) Косвенный одноуровневый 3) Косвенный двухуровневый А) Издательство → оптовик → магазин Б) Издательство → магазин В) Издательство → читатель	1В, 2Б, 3А
2.5	Установите соответствие между типом маркетингового исследования и его содержанием: 1) Кабинетное	1Б, 2А, 3В

	2) Полевое 3) Эксперимент А) Сбор первичных данных Б) Анализ вторичной информации В) Проверка причинно-следственных связей	
	Расположите следующие события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр, которыми обозначены события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности, без пробелов и знаков препинания. Например, 3421	
2.6	<i>Определите последовательность этапов маркетингового исследования:</i> 1) Сбор данных 2) Постановка проблемы 3) Анализ данных 4) Разработка инструментария	2, 4, 1, 3
2.7	<i>Расположите в правильной последовательности этапы жизненного цикла книги-товара:</i> 1) Зрелость 2) Внедрение 3) Спад 4) Рост	2, 4, 1, 3
2.8	<i>Установите последовательность этапов создания медиапродукта:</i> 1) Редактирование 2) Верстка 3) Прием рукописи 4) Печать	3, 1, 2, 4
2.9	<i>Определите последовательность этапов ценообразования:</i> 1) Выбор метода ценообразования 2) Анализ спроса 3) Расчет себестоимости 4) Установление окончательной цены	3, 2, 1, 4
2.10	<i>Расположите в правильной последовательности этапы продвижения медиапродукта:</i> 1) PR-кампания 2) Анонс 3) Пост-релиз 4) Выход книги	2, 4, 1, 3
Блок 3	Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания	
3.1	Кейс «Новая книга» Издательство выпускает научно-популярную книгу тиражом 2000 экз. Целевая аудитория — люди 25–45 лет. <i>Вопросы:</i> 1. Назовите два канала продвижения. 2. Какой метод ценообразования выбрать? 3. Какой формат продаж предпочтителен?	1. Соцсети, книжные магазины. 2. Затратный или рыночный. 3. Офлайн и онлайн.
3.2	Кейс «Маркетинговое исследование»	1. Анкетирование/интер-

	Издательство хочет выяснить, почему упали продажи серии детских книг. <i>Вопросы:</i> 1. Какой метод сбора данных использовать? 2. Кто целевая аудитория исследования? 3. Назовите один инструмент анализа.	вью. 2. Родители и дети. 3. SWOT-анализ.
3.3	Кейс «Ценообразование» Издательство выпустило подарочное издание классики. Себестоимость — 500 руб. Конкуренты продают аналоги за 1200 руб. <i>Вопросы:</i> 1. Какую минимальную цену можно установить? 2. Какой метод ценообразования применить? 3. Как обосновать высокую цену?	1. Выше 500 руб. 2. Рыночный/конкурентный. 3. Качество, оформление, эксклюзивность.
3.4	Кейс «Продвижение» Издательство выпускает книгу молодого автора без рекламного бюджета. <i>Вопросы:</i> 1. Назовите два бесплатных канала продвижения. 2. Как привлечь внимание блогеров? 3. Какой формат PR-активности возможен?	1. Соцсети, блоги. 2. Бесплатные экземпляры. 3. Презентация/встреча.
Блок 4 <i>Открытые вопросы (краткий ответ)</i>		
4.1	Что расшифровывается как 4Р?	Продукт, цена, место, продвижение
4.2	Метод ценообразования от себестоимости?	Затратный
4.3	Канал сбыта без посредников?	Прямой
4.4	Стадия ЖЦТ с максимальной прибылью?	Зрелость
4.5	Инструмент таргетированной рекламы?	Соцсети
4.6	Сбор первичных данных через опрос?	Анкетирование
4.7	Программа для верстки книг?	Adobe InDesign
4.8	Электронная платформа для книг?	ЛитРес
4.9	Анализ сильных и слабых сторон?	SWOT
4.10	Формат продвижения через блогеров?	Обзоры
4.11	Этап ЖЦТ после внедрения?	Рост
4.12	Розничная точка издательства?	Фирменный магазин
4.13	Изучение цен конкурентов?	Мониторинг
4.14	Способ информирования о новинке?	Анонс
4.15	Сбор вторичной информации?	Кабинетное исследование
4.16	Соотношение цены и характеристик?	Конкурентоспособность

**4. МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ УМЕНИЙ И ВЛАДЕНИЙ
(ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)**

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1.	В организационной структуре предприятия обозначьте маркетинговую службу	ПК-2
2.	Назовите объект, предмет и методы маркетингового исследования под обозначенную проблему издательства	УК-3, ПК-2
3.	Обоснуйте методику проведения научного исследования	УК-3, ПК-2
4.	Установите цену заданного товара	ПК-2
5.	Определите каналы сбыта для обозначенной группы товаров, обоснуйте свое решение	ПК-2
6.	Спроектируйте элемент сбытовой политики конкретного издательства	ПК-2

7.	Определите должностной функционал работника конкретной должности издательства	ПК-2
8.	Сформулируйте показатели оценки качества для одного из объектов системы менеджмента качества	ПК-2
9.	Составьте профессиографические характеристики (трудовые действия, знания, умения) руководителя для указанной трудовой функции	УК-3, ПК-2

Задание 1. В организационной структуре предприятия обозначьте маркетинговую службу

Цель: освоение методики организационного проектирования маркетинговой службы издательства.

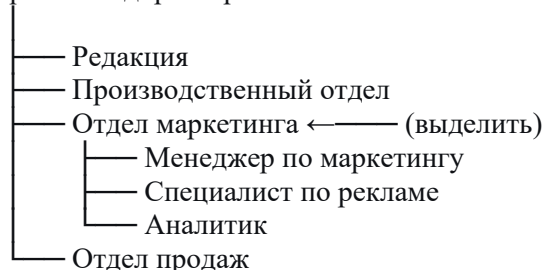
Методика выполнения:

1. Выберите тип издательства (учебное, научное, художественное, детское и т.д.).
2. Нарисуйте организационную структуру предприятия (можно в виде схемы).
3. Определите место маркетинговой службы в структуре (подчиненность, связи с другими отделами).
4. Укажите функции маркетинговой службы (не менее 5).
5. Предложите штатную численность службы (перечень должностей).

Примерная структура ответа:

text

Генеральный директор



Задание 2. Назовите объект, предмет и методы маркетингового исследования под обозначенную проблему издательства

Цель: формирование навыков постановки и выбора методов маркетингового исследования.

Исходная проблема (вариант): В издательстве снизились продажи книг серии «Современная проза» за последние 6 месяцев.

Методика выполнения:

1. Сформулируйте **объект** исследования (что исследуется?).
2. Сформулируйте **предмет** исследования (какой аспект изучается?).
3. Определите **цель** исследования.
4. Выберите **методы** сбора данных (не менее 3):
 - кабинетные (анализ отчетов о продажах, изучение рынка);
 - полевые (опрос читателей, анкетирование в книжных магазинах).
5. Обоснуйте выбор методов.

Пример выполнения:

- **Объект:** книжная серия «Современная проза» издательства Х.
- **Предмет:** причины снижения продаж (потребительские предпочтения, цена, конкуренты).
- **Цель:** выявить факторы, влияющие на снижение спроса.
- **Методы:** анкетирование покупателей, анализ цен конкурентов, интервью с продавцами.

Задание 3. Обоснуйте методику проведения научного исследования

Цель: развитие навыков проектирования научного исследования в области издательского маркетинга.

Методика выполнения:

1. Сформулируйте тему исследования (например, «Влияние книжных блогеров на продажи книг»).
2. Определите:
 - гипотезу исследования (например, «Обзоры блогеров увеличивают продажи на 20%»);
 - выборку (кто участвует, сколько человек);
 - инструментарий (анкета, опросный лист).
3. Опишите этапы исследования (не менее 4).
4. Обоснуйте валидность и надежность методики.

Критерии обоснования: соответствие цели, репрезентативность выборки, корректность инструментария.

Задание 4. Установите цену заданного товара

Цель: освоение методов ценообразования в издательском деле.

Исходные данные (вариант):

- Книга: детское иллюстрированное издание, 128 стр., твердый переплет, цветная печать.
- Себестоимость: 350 руб.
- Тираж: 3000 экз.
- Цена конкурентов на аналоги: 650–800 руб.

Методика выполнения:

1. Рассчитайте себестоимость одного экземпляра.
2. Выберите метод ценообразования:
 - затратный (себестоимость + наценка);
 - рыночный (ориентация на конкурентов);
 - параметрический (учет качества).
3. Обоснуйте выбор метода.
4. Установите итоговую цену (в рублях) с учетом НДС (если применимо).
5. Рассчитайте прибыль с одного экземпляра.

Пример выполнения:

- Метод: затратный + рыночный.
- Наценка: 50% → $350 \times 1,5 = 525$ руб.
- Корректировка по рынку: 600 руб. (ниже конкурентов).
- Прибыль: $600 - 350 = 250$ руб.

Задание 5. Определите каналы сбыта для обозначенной группы товаров, обоснуйте свое решение

Цель: развитие навыков выбора каналов распределения книжной продукции.

Исходные данные (вариант):

- Товарная группа: учебная литература для вузов.
- Целевая аудитория: студенты и преподаватели.
- Тираж: 500 экз.

Методика выполнения:

1. Перечислите возможные каналы сбыта:
 - прямой (фирменный магазин, интернет-магазин издательства);
 - косвенный (оптовики, розничные сети, книжные магазины);
 - специальные (библиотеки, учебные заведения).
2. Выберите 2–3 канала для данной группы товаров.
3. Обоснуйте выбор (учет специфики товара, целевой аудитории, тиража).
4. Оцените преимущества и недостатки каждого выбранного канала.

Пример обоснования: для учебной литературы предпочтительны прямые продажи вузам и продажа через интернет-магазин с доставкой.

Задание 6. Спроектируйте элемент сбытовой политики конкретного издательства

Цель: формирование навыков проектирования элементов сбытовой политики.

Исходные данные (вариант):

- Издательство: региональное, выпускает краеведческую литературу.
- Проблема: низкая представленность в розничных сетях.

Методика выполнения:

1. Выберите элемент сбытовой политики для проектирования:
 - система скидок для книжных магазинов;
 - условия поставки (минимальный заказ, отсрочка платежа);
 - программа лояльности для розничных партнеров.
2. Разработайте проект выбранного элемента:
 - название;
 - условия предоставления;
 - порядок реализации;
 - ожидаемый эффект.
3. Оформите в виде краткого положения (3–5 пунктов).

Пример: «Положение о скидках для книжных магазинов: скидка 10% при заказе от 10 экз., 15% — от 30 экз., доставка бесплатно при заказе от 20 экз.»

Задание 7. Определите должностной функционал работника конкретной должности издательства

Цель: освоение методики разработки должностных инструкций в издательском деле.

Исходные данные (вариант должностей):

- Менеджер по маркетингу издательства.
- Редактор отдела художественной литературы.
- Менеджер по продажам.
- PR-специалист.

Методика выполнения:

1. Выберите должность.
2. Опишите следующие разделы должностной инструкции:
 - **должностные обязанности** (не менее 6 пунктов);
 - **права** (не менее 3 пунктов);
 - **ответственность** (за что отвечает);
 - **квалификационные требования** (образование, опыт, навыки).
3. Приведите примерный перечень знаний и умений.

Пример для менеджера по маркетингу:

- Обязанности: анализ рынка, разработка плана продвижения, подготовка рекламных материалов, организация презентаций,

Лист изменений в ФОС по дисциплине

В ФОС по дисциплине внесены следующие изменения:

Учебный год	Реквизиты протокола Ученого совета	Номер раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
2026/27	Протокол № 10 25.05.2026		Без изменений
2027/28	Протокол № ДД.ММ.ГГГГ		
2028/29	Протокол № ДД.ММ.ГГГГ		