



ФГОС ВО
(версия 3+
+))

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ В ИЗДАТЕЛЬСКОМ ДЕЛЕ

Рабочая программа дисциплины

ЧЕЛЯБИНСК
ЧГИК
2019

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

Кафедра Истории, музеологии и документоведения

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ В ИЗДАТЕЛЬСКОМ ДЕЛЕ

Рабочая программа дисциплины

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

**Челябинск
ЧГИК
2019**

УДК 655
ББК 76.17я73
М33

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (версия 3++) по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело

Автор-составитель: И. Ю. Матвеева, заведующая кафедрой библиотечно-информационной деятельности, кандидат педагогических наук, доцент

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП на заседании совета факультета документальных коммуникаций и туризма рекомендована к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 07 от 18.04.2019.

Экспертиза проведена 17.05.2019, акт № 2019/ИД

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП утверждена на заседании Ученого совета института протокол № 08 от 27.05.2019.

Срок действия рабочей программы дисциплины продлен на заседании Ученого совета института:

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2020/21	протокол № 8 от 18.05.2020
2021/22	
2022/23	
2023/24	
2024/25	

М 33 Маркетинг-менеджмент в издательском деле : рабочая программа дисциплины : программа магистратуры «Редакционно-издательская подготовка медиапродуктов» по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело, квалификация : магистр / авт.-сост. И. Ю. Матвеева ; Челябинский государственный институт культуры. – Челябинск, 2019. – 58 с. – (ФГОС ВО версия 3++). – Текст : непосредственный.

Рабочая программа дисциплины включает: перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы; указание места дисциплины в структуре ОПОП; объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся; содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий; перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине; фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине; перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины; методические указания для обучающихся по освоению дисциплины; перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения; описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

© Челябинский государственный институт культуры, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Аннотация.....	6
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	7
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	8
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	8
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	9
4.1. Структура преподавания дисциплины.....	9
4.1.1. Матрица компетенций.....	11
4.2. Содержание дисциплины.....	11
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	13
5.1. Общие положения.....	13
5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	14
5.2.1. Содержание самостоятельной работы.....	14
5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы.....	15
5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы.....	17
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	17
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	17
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	23
6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	23
6.2.2. Описание шкал оценивания.....	25
6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене.....	25
6.2.2.2. Описание шкалы оценивания.....	25
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	29
6.3.1. Материалы для подготовки к экзамену.....	29
6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.....	30
6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы.....	30
6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций.....	30
6.3.4.1. Планы семинарских занятий.....	30
6.3.4.2. Задания для практических занятий.....	40
6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий.....	50
6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).....	50
6.3.4.5. Тестовые задания.....	51

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций.....	52
7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.....	53
7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы.....	53
7.2. Информационные ресурсы.....	53
7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы.	53
7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	53
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	54
9. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для.....	56
осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	56
Лист изменений в рабочую программу дисциплины.....	58

Аннотация

1	Индекс и название дисциплины по учебному плану	Б1.В.01 Маркетинг-менеджмент в издательском деле
2	Цель дисциплины	освоение обучающимися теории и практики маркетинга и менеджмента в условиях социальных и экономических изменений в издательском деле.
3	Задачи дисциплины заключаются в:	<ul style="list-style-type: none"> • изучение сущности маркетинга и менеджмента в издательской сфере; • ознакомление с методическими основами управления (формирование стратегии, планирование, контроль, мотивация, координация, управление кадрами, организация и т.д.); • формирование управленческой культуры обучающихся, • формирование у обучающихся навыков рационализации процесса товародвижения, учета и прогнозирования рыночной ситуации, организации внутрифирменного планирования. • формирование понимания сущности и специфичности процессов управления предприятиями издательского дела, • развитие умения и навыков организации и анализа деятельности предприятия, реализации функций и методов управления.
4	Планируемые результаты освоения	УК-3; УК-6; ПК-2
5	Общая трудоемкость дисциплины составляет	в зачетных единицах – 8, в академических часах – 288
6	Разработчики	И. Ю. Матвеева, заведующая кафедрой библиотечно-информационной деятельности, кандидат педагогических наук, доцент

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ,
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В процессе освоения основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Таблица 1

Планируемые результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения (индикаторы достижения компетенций)			
	Код индикатора	Элементы компетенций	по компетенции в целом	по дисциплине
1	2	3	4	5
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1.	Знать	теорию и методологию стратегического управления командной работой	теорию и методологию управления командной работой
	УК-3.2.	Уметь	организовывать работу команды для достижения поставленной цели	организовывать работу команды для достижения поставленной цели
	УК-3.3.	Владеть	способами управления командной работой для достижения поставленной цели	способами управления командной работой для достижения поставленной цели
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1.	Знать	основы планирования траектории саморазвития с учетом особенностей профессиональной и других видов деятельности	основы планирования траектории саморазвития с учетом особенностей профессиональной и других видов деятельности
	УК-6.2.	Уметь	расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
	УК-6.3.	Владеть	навыками определения реалистических целей профессионального и личностного роста	навыками определения реалистических целей профессионального и личностного роста

ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.1.	Знать	современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии в сфере издательского дела	современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии в сфере издательского дела
	ПК-2.2.	Уметь	использовать информационные технологии и программное обеспечение при создании и продвижении медиапродукта	использовать информационные технологии и программное обеспечение при продвижении медиапродукта
	ПК-2.3.	Владеть	умением разрабатывать технологии и методики проведения анализа и оценки качества подготовки и продвижения медиапродукта	умением разрабатывать технологии и методики оценки качества продвижения медиапродукта

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Специальное проектирование в издательском деле», «Продвижение и распространение издательской продукции», «Современное издательское дело».

Освоение дисциплины будет необходимо при прохождении практик: профессионально-творческая практика, преддипломная практика, подготовке к государственной итоговой аттестации.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с утвержденным учебным планом составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

Таблица 2

Вид учебной работы	Всего часов	
	Очная форма	Заочная форма
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	288	288
– Контактная работа (всего)	116,3	28,3
в том числе:		

лекции	16	4
семинары	50	12
практические занятия	50	12
мелкогрупповые занятия		
индивидуальные занятия		
консультация в рамках промежуточной аттестации (КонсПА)		
иная контактная работа (ИКР) в рамках промежуточной аттестации	0,3	0,3
консультации (конс.)	5 % от лекционных час.	15 % от лекционных час.
контроль самостоятельной работы (КСР)		
– Самостоятельная работа обучающихся (всего)	109	251
– Промежуточная аттестация обучающегося – экзамен: контроль	62,7	8,7

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1. Структура преподавания дисциплины

Таблица 3

Очная форма обучения

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)					Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой
		Контактная работа				с/р	
		лек.	сем.	практ.	инд.		
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Маркетинг в издательском деле							
1.1. Теоретические основы маркетинга	27	2	4	6		15	
1.2. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	27	2	4	6		15	
1.3. Товар, товарная и ценовая политика предприятий книжного бизнеса.	26	2	8	6		10	
1.4. Сбытовая политика в книжном маркетинге	28	2	10	6		10	
	36						контроль – 36 ч.
<i>Итого в 2сем.</i>	144	8	26	24		50	36
Раздел 2. Менеджмент в издательском деле							

2.1. Теоретические основы менеджмента.	29	2	6	6		15	
2.2. Функции менеджмента	31	2	6	8		15	
2.3. Информационное обеспечение управления предприятием	29	2	6	6		15	
2.4. Менеджер и его роль в книжном деле. Требования, предъявляемые к менеджеру	28	2	6	6		14	
Экзамен 3 семестр	27						Экзамен контроль –26,7 ч. консПА – 0 час. ИКР – 0,3 час.
<i>Итого в 3 сем.</i>	144	8	24	26		59	27
Всего по дисциплине	288	16	50	50		109	62,7

Заочная форма обучения

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)				с/р	Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой
		Контактная работа					
		лек.	сем.	практ.	инд.		
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Маркетинг в издательском деле							
1.1. Теоретические основы маркетинга	22	2				20	
1.2. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	22		2			20	
1.3. Товар, товарная и ценовая политика предприятий книжного бизнеса.	32		2			30	
1.4. Сбытовая политика в книжном маркетинге	32			4		28	
<i>Итого в 3 сем.</i>	108	2	4	4		98	
Раздел 2. Менеджмент в издательском деле							

2.1. Теоретические основы менеджмента.	42	2				40	
2.2. Функции менеджмента	48		4	4		40	
2.3. Информационное обеспечение управления предприятием	44			4		40	
2.4. Менеджер и его роль в книжном деле. Требования, предъявляемые к менеджеру	37		4			33	
Консультации ПА Контроль самостоятельной работы							
Экзамен 4 семестр	9						Экзамен контроль – 8,7 ч. ИКР – 0,3 час.
<i>Итого в 4 сем.</i>	180	2	8	8		153	9
Всего по дисциплине	288	4	12	12		251	9

Таблица 4

4.1.1. Матрица компетенций

Наименование разделов, тем	УК-3	УК-6	ПК-2
1	2	3	4
Раздел 1. Маркетинг в издательском деле			
1.1. Теоретические основы маркетинга			+
1.2. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	+		+
1.3. Товар, товарная и ценовая политика предприятий книжного бизнеса.			+
1.4. Сбытовая политика в книжном маркетинге			+
Раздел 2. Менеджмент в издательском деле			
2.1. Теоретические основы менеджмента.			+
2.2. Функции менеджмента			+
2.3. Информационное обеспечение управления предприятием			+
2.4. Менеджер и его роль в книжном деле. Требования, предъявляемые к менеджеру	+	+	+
Экзамен 3 сем.	+	+	+

4.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Маркетинг в издательском деле

1.1. Теоретические основы маркетинга. Содержание теории маркетинга. Эволюция теории маркетинга. Инструментарий маркетинга. Современная концепция маркетинговой теории. Специфика издательского маркетинга, его содержание и цели. Базовые концепции маркетинга в издательствах. Понятие рынка как центральной категории маркетинга. Структура и инфраструктура рынка. Роль государства в рыночной экономике. Модели рыночной экономики. Микро- и макросреда издательского маркетинга. Объективные и субъективные факторы, формирующие внешнюю и внутреннюю среды. Роль государства в формировании и развитии книжного рынка.

1.2. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Понятие и порядок проведения маркетинговых исследований. Целевая направленность маркетинговых исследований. Технология проведения маркетинговых исследований. Методические основы исследования рынка. Система показателей, используемых для исследования рынка. Методы реализации маркетинговых исследований. Оценка спроса и предложения. Характеристика особенностей коммерческой деятельности. Современное состояние и перспективы развития издательского дела. Исследования книжного рынка. Изучение товарной структуры рынка. Оценка конъюнктуры рынка.

Определение емкости рынка. Сегментация книжного рынка. Критерии сегментации рынка. Методы рыночной сегментации. Целевой сегмент рынка и позиционирование товара. Изучение потребителей. Методы и принципы изучения поведения потребителей. Моделирование поведения потребителей. Типы и источники информации. Маркетинговая информационная система. Средства доступа к информации. Структура и использование базы данных. База данных и реляционный маркетинг. Информационное обеспечение коммерческой деятельности в России. Сбор информации на рынке книжной продукции. Анализ ведущих факторов внешней среды. Система информационного обеспечения исследований рынка. Мониторинг ситуации на рынке. Методы обобщения и анализа исходной информации. Исследование внутренней среды предприятия. Организационная структура предприятия и оценка возможностей предприятия.

1.3. Товар, товарная и ценовая политика предприятий книжного бизнеса. Характеристика книги как особого вида товара. Книговедческие и товароведческие свойства книги. Потребительная стоимость книги – товара. Понятие качества книги – товара с позиции теории маркетинга. Конкурентоспособность книги – товара. Методические подходы к оценке конкурентоспособности книги. Жизненный цикл книги – товара. Товарная политика в книжном маркетинге. Формирование и стратегия товарной политики.

Технология планирования товарного (издательского, книготоргового) ассортимента. Управление товарным ассортиментом в издательском предприятии. Товарная конкуренция на книжном рынке. Сущность товарной конкуренции, признаки и показатели. Характеристика конкурентной среды (издательской) на книжном рынке России.

1.4. Сбытовая политика в книжном маркетинге. Цена в рыночной среде. Виды цен в рыночной экономике. Факторы, формирующие уровень цен. Структура цены книжной продукции. Издательская и торговая себестоимость. Структура себестоимости. Цена и ценность книги – товара. Ценовая конкуренция. Факторы, определяющие ценовую конкуренцию. Ценовая политика в издательском маркетинге. Этапы разработки ценовой политики. Информация, необходимая для принятия решения по ценам. Цена и конъюнктура спроса на книжном рынке.

Каналы распределения книжных товаров. Понятие товародвижения, цели и задачи. Оптовая книжная торговля. Социально-экономическая сущность оптовой книжной торговли. Организационные формы оптовой торговли. Прямая и косвенная формы оптовой торговли. Розничная книжная торговля. Роль розничной книжной торговли в рыночной экономике. Организационные формы розничной книжной торговли. Виды и типы розничных книготорговых предприятий и др. торговых единиц. Прогрессивные формы розничной книжной торговли. Политика сбыта в издательских структурах. Методы реализации книжной продукции издательствами, типовые схемы реализации товара. Выбор партнеров при реализации товара. Методы прямых продаж. Многоуровневый маркетинг.

Раздел 2. Менеджмент в издательском деле

2.1. Теоретические основы менеджмента. Предмет и задачи курса. Генеалогия менеджмента. Управление в условиях рыночной экономики. Менеджмент как самостоятельный вид профессиональной деятельности. Наука и практика управления. Конечная цель менеджмента. Характерные черты (экономический, социально-психологический, правовой и организационно-технический аспекты) и стадии (стратегическое и оперативное управление, контроль). Предприятие как субъект управления. Виды и объекты управленческой деятельности. Классификация издательских фирм.

Организация как основа менеджмента. Организационная структура фирмы. Уровни управления и их функции. Общие принципы управления издательством. Важнейшие функции внутрифирменного управления. Маркетинг как специфическая функция управления. Инновационный менеджмент в издательстве. Системный подход к организации управления. Требования к технологии менеджмента и важнейшие области принятия решений. Оптимизация решений на разных уровнях управления.

2.2. Функции менеджмента. Понятие «функции управления». Основные подходы к выделению функций управления. Функция планирования: прогнозирование, целеполагание, разработка стратегии, планирование. Организационные формы внутрифирменного планирования. Функция организации, организационные методы управления. Организационное проектирование, функционирование и развитие. Законы организации. Особенности организационных структур менеджмента в издательствах на современном этапе. Функция контроля: виды, этапы, принципы организации, критерии эффективности. Функция регулирования: эффект эквивиальности, принципы регулирования, управленческий цикл.

2.3. Информационное обеспечение управления предприятием.

Коммуникативная структура предприятия. Содержание и требования, предъявляемые к информации. Система внутрифирменной информации: структура, источники, организация. Основные принципы, цели, задачи и функции внутрифирменной системы информации. Технология информационной деятельности (материально-техническая база, виды технических средств, виды информационных технологий, информационные базы данных).

2.3. Менеджер и его роль в книжном деле. Требования, предъявляемые к менеджеру. Понятие «менеджер». Требования, предъявляемые к менеджеру. Основные роли менеджера. Характер труда, компетенция, ответственность менеджера. Функции менеджера в издательском бизнесе (исследование рынка, продажи, реклама, продвижение книги и стимулирование сбыта, паблисити). Стили управления. Управленческие ориентации менеджера.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Общие положения

Самостоятельная работа обучающихся – особый вид познавательной деятельности, в процессе которой происходит формирование оптимального для данного индивида стиля получения, обработки и усвоения учебной информации на основе интеграции его субъективного опыта с культурными образцами.

Самостоятельная работа может быть аудиторной и внеаудиторной.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется на лекциях, практических и семинарских занятиях, при выполнении контрольных работ и др. Внеаудиторная самостоятельная работа может осуществляться:

– в контакте с преподавателем: на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т. д.;

– без контакта с преподавателем: в аудитории для индивидуальных занятий, в библиотеке, дома, в общежитии и других местах при выполнении учебных и творческих заданий.

Внеаудиторная самостоятельная работа, прежде всего, включает повторение материала, изученного в ходе аудиторных занятий; работу с основной и дополнительной литературой и интернет-источниками; подготовку к семинарским, практическим занятиям; выполнение заданий, вынесенных преподавателем на самостоятельное изучение; научно-исследовательскую и творческую работу обучающегося.

Целью самостоятельной работы обучающегося является:

– формирование приверженности к будущей профессии;

– систематизация, закрепление, углубление и расширение полученных знаний умений, владений;

– формирование умений использовать различные виды изданий (официальные, научные, справочные, информационные и др.);

– развитие познавательных способностей и активности обучающегося (творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности);

– формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию, самореализации;

– развитие исследовательского и творческого мышления.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, и ее объем по каждой дисциплине определяется учебным планом. Методика ее организации зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, индивидуальных качеств и условий учебной деятельности.

Для эффективной организации самостоятельной работы обучающийся должен:

знать:

- систему форм и методов обучения в вузе;
- основы научной организации труда;
- методики самостоятельной работы;
- критерии оценки качества выполняемой самостоятельной работы;

уметь:

- проводить поиск в различных поисковых системах;
- использовать различные виды изданий;
- применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины;

владеть:

- навыками планирования самостоятельной работы;
- навыками соотнесения планируемых целей и полученных результатов в ходе самостоятельной работы;
- навыками проектирования и моделирования разных видов и компонентов профессиональной деятельности.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению, но с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы дисциплины, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и владениям обучаемых. Обязательно следует помнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочного занятия, а затем – приступать к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном рабочей программой дисциплины.

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Таблица 5

5.2.1. Содержание самостоятельной работы

Наименование разделов, темы	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Раздел 1. Маркетинг в издательском деле		

1.1. Теоретические основы маркетинга	Самостоятельная работа №1 Теоретические основы маркетинга	Оценка за практическую работу, семинар
1.2. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	Самостоятельная работа №2 Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	Оценка за практическую работу, семинар. Оценка за контрольную работу
1.3. Товар, товарная и ценовая политика предприятий книжного бизнеса	Самостоятельная работа №3 Товар, товарная и ценовая политика предприятий книжного бизнеса	Оценка за практическую работу, семинар
1.4. Сбытовая политика в книжном маркетинге	Самостоятельная работа №4 Сбытовая политика в книжном маркетинге	Оценка за практическую работу, семинар
Раздел 2. Менеджмент в издательском деле		
2.1. Теоретические основы менеджмента	Самостоятельная работа №5 Теоретические основы менеджмента	Оценка за практическую работу, семинар
2.2. Функции менеджмента	Самостоятельная работа №6 Функции менеджмента	Оценка за практическую работу, семинар
2.3. Информационное обеспечение управления предприятием	Самостоятельная работа №7 Информационное обеспечение управления предприятием	Оценка за практическую работу, семинар
2.4. Менеджер и его роль в книжном деле. Требования, предъявляемые к менеджеру	Самостоятельная работа №8 Менеджер и его роль в книжном деле. Требования, предъявляемые к менеджеру	Оценка за практическую работу, семинар

5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа № 1. Тема «Теоретические основы маркетинга»

Цель работы: освоение теоретических основ маркетинга.

Задание и методика выполнения: знакомство с основной литературой по дисциплине. Подготовка к семинару № 1. Тема «Теоретические основы маркетинга». Оформление результатов практической работы № 1. Тема «Организационная структура маркетинговой службы», № 2. Тема «Функциональные направления маркетинга».

Самостоятельная работа № 2. Тема «Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации»

Цель работы: освоение технологий маркетингового исследования.

Задание и методика выполнения: знакомство с основной литературой по дисциплине. Подготовка к семинару № 2 Тема «Маркетинговые исследования как направления маркетинга». Оформление результатов практической работы № 3. Тема «Система маркетинговой информации. Маркетинговые исследования». Выполнение контрольной работы.

Самостоятельная работа № 3. Тема «Товар, товарная и ценовая политика предприятий

книжного бизнеса»

Цель работы: освоение теории и технологии товарной и ценовой политики предприятий издательского и книжного бизнеса.

Задание и методика выполнения: знакомство с основной литературой по дисциплине. Подготовка к семинару № 3 Тема «Товар в издательской и книготорговой сфере», № 4 Тема «Товарная политика в издательской и книготорговой сфере». Оформление результатов практической работы № 4 Тема «Разработка целевого сегмента и позиционирование товара на рынке», № 5 Тема «Товарная политика и перспективы освоения книжного рынка».

Самостоятельная работа № 4. Тема «Сбытовая политика в книжном маркетинге»

Цель работы: освоение теории и технологии сбытовой политики предприятий издательского и книжного бизнеса.

Задание и методика выполнения: знакомство с основной литературой по дисциплине. Подготовка к семинару № 5 Тема «Сбытовая политика издательств», № 6 Тема «Стимулирование сбыта», № 7 Тема «Организация маркетинга издательств». Оформление результатов практической работы № 6 Тема «Сбытовая политика в маркетинге издательств», № 7 Тема «Разработки комплекса маркетинга».

Самостоятельная работа № 5. Тема «Теоретические основы менеджмента»

Цель работы: освоение теоретических основ менеджмента.

Задание и методика выполнения: знакомство с основной литературой по дисциплине. Подготовка к семинару № 8 Тема «Теоретические основы менеджмента», № 9 Тема «Организация как объект социально-экономического управления». Оформление результатов практической работы № 8 Тема «Содержание менеджмента издательств», № 9 Тема «Факторы внешней среды издательства».

Самостоятельная работа № 6. Тема «Функции менеджмента»

Цель работы: освоение функций менеджмента.

Задание и методика выполнения: знакомство с основной литературой по дисциплине. Подготовка к семинару № 10 Тема «Функции менеджмента», № 11. Тема «Функциональные виды менеджмента». Оформление результатов практической работы № 10 Тема «Стратегическое управление издательством / книжным магазином», № 11 Тема «Формирование портфеля инноваций».

Самостоятельная работа № 7. Тема «Информационное обеспечение управления предприятием»

Цель работы: освоение теории и технологии информационного сопровождения управления предприятиями издательского и книжного бизнеса.

Задание и методика выполнения: знакомство с основной литературой по дисциплине. Подготовка к семинару № 12 Тема «Управленческие решения как результат менеджмента». Оформление результатов практической работы № 12 Тема «Технология проектирования книготорговой организации», № 13 Тема «Руководство командой».

Самостоятельная работа № 8. Тема «Менеджер и его роль в книжном деле. Требования, предъявляемые к менеджеру»

Цель работы: освоение требований к профессии менеджера.

Задание и методика выполнения: знакомство с основной литературой по дисциплине. Подготовка к семинару № 13. Тема «Развитие персонала: обучение, карьера, самообразование», № 14. Тема «Корпоративная культура». Оформление результатов

практической работы №14 Тема «Профессиографические характеристики менеджера издательства», №15 Тема «Личностное и профессиональное развитие».

5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы

См. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

<http://fgosvo.ru/> – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.

<http://gramota.ru/> – Справочно-информационный портал Грамота.ру – русский язык для всех.

<https://grants.culture.ru/> – Культура. Гранты России. Общероссийская база курсов и грантов в области культуры и искусства.

<https://openedu.ru> – Открытое образование.

<https://президентскиегранты.рф> – Фонд президентских грантов.

<https://rsv.ru> – Россия – страна возможностей.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 6

Паспорт фонда оценочных средств для текущей формы контроля

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Раздел 1. Маркетинг в издательском деле			
1.1. Теоретические основы маркетинга	ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.1.	– Семинар № 1. Тема «Теоретические основы маркетинга» – Практическая работа № 1. Тема «Организационная структура маркетинговой службы» Практическая работа № 2. Тема «Функциональные направления маркетинга» – Самостоятельная работа №1 Теоретические основы маркетинга
		ПК-2.2.	
		ПК-2.3.	
1.2. Система маркетинговых исследований и	УК-3. Способен организовывать и руководить работой	УК-3.1.	– Семинар № 2 Тема «Маркетинговые исследования
		УК-3.2.	
		УК-3.3.	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенций	Наименование оценочного средства	
маркетинговой информации	команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели		как направление маркетинга» – Практическая работа № 3. Тема «Система маркетинговой информации. Маркетинговые исследования» – Самостоятельная работа №2 Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	
	ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.1.		
		ПК-2.2.		
	ПК-2.3.			

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенций	Наименование оценочного средства
1.3. Товар, товарная и ценовая политика предприятий книжного бизнеса	ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3.	– Семинар № 3 Тема «Товар в издательской и книготорговой сфере», Семинар № 4 Тема «Товарная политика в издательской и книготорговой сфере» – Практическая работа № 4 Тема «Разработка целевого сегмента и позиционирование товара на рынке» Практическая работа № 5 Тема «Товарная политика и перспективы освоения книжного рынка» – Самостоятельная работа №3 Товар, товарная и ценовая политика предприятий книжного бизнеса
1.4. Сбытовая политика в книжном маркетинге	ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3.	– Семинар № 5 Тема «Сбытовая политика издательств», Семинар № 6 Тема «Стимулирование сбыта», Семинар № 7 Тема «Организация маркетинга издательств» – Практическая работа №6 Тема «Сбытовая политика в маркетинге издательств» Практическая работа №7 Тема «Разработки комплекса маркетинга» – Самостоятельная работа №4 Сбытовая политика в книжном маркетинге
Раздел 2. Менеджмент в издательском деле			
2.1. Теоретические основы менеджмента	ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3.	– Семинар № 8 Тема «Теоретические основы менеджмента» Семинар № 9. Тема «Организация как объект социально-экономического управления» – Практическая работа № 8 Тема «Содержание менеджмента издательств» Практическая работа № 9 Тема «Факторы внешней среды издательства»

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	технологий		– Самостоятельная работа №5 Теоретические основы менеджмента

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенций	Наименование оценочного средства
2.2. Функции менеджмента	ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3.	– Семинар № 10 Тема «Функции менеджмента» Семинар № 11. Тема «Функциональные виды менеджмента» – Практическая работа № 10 Тема «Стратегическое управление издательством / книжным магазином» Практическая работа № 11 Тема «Формирование портфеля инноваций» – Самостоятельная работа №6 Функции менеджмента
2.3. Информационное обеспечение управления предприятием	ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3.	– Семинар № 12 Тема «Управленческие решения как результат менеджмента» – Практическая работа № 12 Тема «Технология проектирования книготорговой организации» Практическая работа № 13 Тема «Руководство командой» – Самостоятельная работа №7 Информационное обеспечение управления предприятием
2.4. Менеджер и его роль в книжном деле. Требования, предъявляемые к менеджеру	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки ПК-2. Способен	УК-3.1. УК-3.2. УК-3.3. УК-6.1. УК-6.2. УК-6.3. ПК-2.1.	– Семинар № 13. Тема «Развитие персонала: обучение, карьера, самообразование», Семинар № 14. Тема «Корпоративная культура» – Практическая работа № 14 Тема «Профессиографические характеристики менеджера издательства» Практическая работа № 15 Тема «Личностное и профессиональное развитие» – Самостоятельная работа №8 Менеджер и его роль в книжном деле. Требования, предъявляемые к менеджеру

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.2. ПК-2.3.	

Таблица 7

Паспорт фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижения компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Раздел 1. Маркетинг в издательском деле			
1.1. Теоретические основы маркетинга	ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3.	Вопросы к экзамену (№ семестра) № теоретических вопросов: 1-4 № практико-ориентированных заданий: 1
1.2. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1. УК-3.2. УК-3.3.	Вопросы к экзамену (№ семестра) № теоретических вопросов: 5-7 № практико-ориентированных заданий: 2, 3
	ПК-2. Способен выстроить	ПК-2.1. ПК-2.2.	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенций	Наименование оценочного средства
	производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.3.	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенций	Наименование оценочного средства
1.3. Товар, товарная и ценовая политика предприятий книжного бизнеса	ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3.	Вопросы к экзамену (№ семестра) № теоретических вопросов: 8-11 № практико-ориентированных заданий: 4
1.4. Сбытовая политика в книжном маркетинге	ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3.	Вопросы к экзамену (№ семестра) № теоретических вопросов: 12 № практико-ориентированных заданий: 5, 6
Раздел 2. Менеджмент в издательском деле			
2.1. Теоретические основы менеджмента	ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3.	Вопросы к экзамену (№ семестра) № теоретических вопросов: 13-15 № практико-ориентированных заданий: 7-9
2.2. Функции менеджмента	ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных	ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3.	Вопросы к экзамену (№ семестра) № теоретических вопросов: 16-18 № практико-ориентированных заданий: 7

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенций	Наименование оценочного средства
	технических средств и информационно-коммуникационных технологий		
2.3. Информационное обеспечение управления предприятием	ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3.	Вопросы к экзамену (№ семестра) № теоретических вопросов: 19 № практико-ориентированных заданий: 8
2.4. Менеджер и его роль в книжном деле. Требования, предъявляемые к менеджеру	<p>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p> <p>УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p> <p>ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>УК-3.1. УК-3.2. УК-3.3.</p> <p>УК-6.1. УК-6.2. УК-6.3.</p> <p>ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3.</p>	<p>Вопросы к экзамену (№ семестра) № теоретических вопросов: 20 № практико-ориентированных заданий: 9</p>

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

Таблица 8

Показатели и критерии оценивания компетенций

Планируемые результаты освоения ОПОП	Показатели сформированности компетенций	Критерии оценивания
1	2	3
УК-3	<ul style="list-style-type: none"> – понимает теорию и методологию управления командной работой; – применяет команды для достижения поставленной цели; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности. 	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
УК-6	<ul style="list-style-type: none"> – понимает основы планирования траектории саморазвития с учетом особенностей профессиональной и других видов деятельности; – применяет приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности. 	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
ПК-2	<ul style="list-style-type: none"> – понимает современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии в сфере издательского дела; – применяет информационные технологии и программное обеспечение при продвижении медиапродукта; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности. 	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.

Таблица 9

Этапы формирования компетенций

Наименование этапа	Характеристика этапа	Формы контроля
1	2	3
Начальный (входной) этап	Диагностика входных знаний	устный опрос

формирования компетенций	в рамках компетенций.	
Текущий этап формирования компетенций	Выполнение обучающимися заданий, направленных на формирование компетенций Осуществление выявления причин препятствующих эффективному освоению компетенций.	Активная учебная лекция; семинары; практические; самостоятельная работа: устный опрос по диагностическим вопросам; письменная работа
Промежуточный (аттестационный) этап формирования компетенций	Оценивание сформированности компетенций по отдельной части дисциплины или дисциплины в целом.	Экзамен: – ответы на теоретические вопросы; – выполнение практико-ориентированных заданий.

6.2.2. Описание шкал оценивания

Таблица 10

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене

Оценка по номинальной шкале	Описание уровней результатов обучения
Отлично	<p>Обучающийся показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы, уверенно действует по применению полученных знаний на практике, демонстрируя умения и владения, определенные программой.</p> <p>Грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу.</p> <p>Обучающийся способен действовать в нестандартных практико-ориентированных ситуациях. Отвечает на все дополнительные вопросы.</p> <p>Результат обучения показывает, что достигнутый уровень оценки результатов обучения по дисциплине является основой для формирования соответствующих компетенций.</p>
Хорошо	<p>Результат обучения показывает, что обучающийся продемонстрировал результат на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, владениями по дисциплине.</p> <p>Допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов.</p> <p>Обучающийся способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.</p>
Удовлетворительно	<p>Результат обучения показывает, что обучающийся обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине.</p> <p>Ответы излагает хотя и с ошибками, но исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов.</p> <p>Обучающийся способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и владений для решения практико-ориентированных задач.</p>
Неудовлетворительно	<p>Результат обучения обучающегося свидетельствует об усвоении им только элементарных знаний ключевых вопросов по дисциплине.</p> <p>Допущенные ошибки и неточности в ходе промежуточного контроля показывают, что обучающийся не овладел необходимой системой знаний и умений по дисциплине.</p> <p>Обучающийся допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, дает неполные</p>

Оценка по номинальной шкале	Описание уровней результатов обучения
	ответы на дополнительные и наводящие вопросы.

Описание шкалы оценивания при тестировании на базе тестовых материалов института

Оценка по номинальной шкале	% правильных ответов, полученных на тестировании
Отлично	от 90 до 100
Хорошо	от 75 до 89,99
Удовлетворительно	от 60 до 74,99
Неудовлетворительно /	менее 60

Таблица 11

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания

Устное выступление (семинар, доклад)

Дескрипторы	Образцовый, примерный; достойный подражания ответ (отлично)	Законченный, полный ответ (хорошо)	Изложенный, раскрытый ответ (удовлетворительно)	Минимальный ответ (неудовлетворительно)	Оценка
Раскрытие проблемы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	
Представление	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Используются все необходимые профессиональные термины.	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано большинство необходимых профессиональных терминов.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Профессиональная терминология использована мало.	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	
Оформление	Широко использованы информационные технологии (PowerPoint). Отсутствуют	Использованы информационные технологии (PowerPoint). Не более 2 ошибок в	Использованы информационные технологии (PowerPoint) частично. 3–4 ошибки в представляемой	Не использованы информационные технологии (PowerPoint). Больше 4 ошибок в представляемой информации.	

	ошибки в представляемой информации.	представляемой информации.	информации.		
Ответы на вопросы	Ответы на вопросы полные с приведением примеров.	Ответы на вопросы полные и/или частично полные.	Только ответы на элементарные вопросы.	Нет ответов на вопросы.	
Умение держаться на аудитории, коммуникативные навыки	Свободно держится на аудитории, способен к импровизации, учитывает обратную связь с аудиторией.	Свободно держится на аудитории, поддерживает обратную связь с аудиторией.	Скован, обратная связь с аудиторией затруднена.	Скован, обратная связь с аудиторией отсутствует, не соблюдает нормы речи в простом высказывании.	
Итог					

Письменная работа (реферат и т. д.)

Критерии оценки	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Обоснование актуальности темы				
Качество оценки степени разработанности темы в специальной литературе				
Степень реализации поставленной цели и задач				
Объем и глубина раскрытия темы				
Наличие материала, ориентированного на практическое использование				
Достоверность и обоснованность полученных результатов и выводов				
Степень оригинальности текста				
Эрудиция, использование междисциплинарных связей				
Соблюдение требований к структуре работы				
Качество оформления работы с учетом требований				
Информационная культура (цитирование, оформление списка использованной литературы)				
Общая оценка				

Письменная работа (эссе)

Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
Отлично	Во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе, выполнена задача заинтересовать читателя; деление текста на введение, основную часть и заключение; в основной части последовательно, связно и полно доказывается выдвинутый тезис; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основ-

Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
	ной части; правильно (уместно и достаточно) применяются разнообразные средства связи; для выражения своих мыслей пользуется научным языком; демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены.
Хорошо	Во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе, задача заинтересовать читателя в целом выполнена; в основной части последовательно, связно, но недостаточно полно доказывается выдвинутый тезис; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части; уместно применяются разнообразные средства связи; для выражения своих мыслей обучающийся чаще всего пользуется научным языком.
Удовлетворительно	Во введении тезис сформулирован нечетко или не вполне соответствует теме эссе; в основной части выдвинутый тезис доказывается недостаточно логично (убедительно) и последовательно; заключение и выводы не полностью соответствуют содержанию основной части; недостаточно или, наоборот, избыточно используются средства связи; язык работы в целом не соответствует предъявляемому уровню.
Неудовлетворительно	Во введении тезис отсутствует или не соответствует теме эссе; в основной части нет логичного последовательного раскрытия темы; выводы не вытекают из основной части; средства связи не обеспечивают связность изложения; отсутствует деление текста на введение, основную часть и заключение; язык работы можно оценить как «примитивный».

Практическое (практико-ориентированное) задание

Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
Отлично	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
Хорошо	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
Удовлетворительно	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, путаясь в профессиональных понятиях.
Неудовлетворительно	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

Деловые игры / тренинги

Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
Отлично	Даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально (с использованием рациональных методик) решены практические задачи; при ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов; ответы были четкими и краткими, а мысли излагались в логической последовательности; показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии.

Хорошо	Даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, правильно решены практические задания; при ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно увязывались с требованиями руководящих документов, при решении практических задач не всегда использовались рациональные методики расчётов; ответы в основном были краткими, но не всегда четкими.
Удовлетворительно	Даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, при решении практических задач обучающийся использовал прежний опыт и не применял новые методики выполнения расчетов и экспресс-оценки показателей эффективности управления организацией, однако на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы.
Неудовлетворительно	Не выполнены требования, предъявляемые к знаниям, оцениваемым «удовлетворительно».

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

6.3.1. Материалы для подготовки к экзамену

Таблица 12

Материалы, необходимые для оценки знаний (примерные теоретические вопросы)

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1	Содержание и эволюция теории маркетинга	ПК-2
2	Специфика издательского маркетинга, его содержание и цели	ПК-2
3	Понятие рынка как центральной категории издательского маркетинга	ПК-2
4	Микро- и макросреда издательского маркетинга	ПК-2
5	Понятие, значение и порядок проведения маркетинговых исследований	УК-3, ПК-2
6	Методика исследования книжного рынка, обзор существующих исследований	УК-3, ПК-2
7	Методика изучения потребителей	УК-3, ПК-2
8	Характеристика изданий как особого вида товара, потребительная стоимость, качество, конкурентоспособность	ПК-2
9	Товарная политика в издательском маркетинге. Управление товарным ассортиментом в издательском предприятии	ПК-2
10	Товарная конкуренция на книжном рынке	ПК-2
11	Ценовая политика в издательском маркетинге	ПК-2
12	Сбытовая политика в книжном маркетинге	ПК-2
13	Менеджмент как самостоятельный вид профессиональной деятельности	ПК-2
14	Организационная структура издательской фирмы	ПК-2
15	Выработка целей и стратегий развития издательской фирмы	ПК-2
16	Обзорная характеристика функций менеджмента, их проявление в издательстве	ПК-2

17	Функция организации, организационные методы управления	ПК-2
18	Особенности организационных структур менеджмента в издательствах на современном этапе	ПК-2
19	Информационное обеспечение управления предприятием	ПК-2
20	Субъекты менеджмента и их роль в издательстве	УК-3, УК-6, ПК-2

Таблица 13

**Материалы, необходимые для оценки умений и владений
(примерные практико-ориентированные задания)**

№ 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, УК-6, ПК-2

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

Написание рефератов (эссе, творческих заданий) не предусмотрено.

6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы

Курсовая работа по дисциплине учебным планом не предусмотрена.

6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций

6.3.4.1. Планы семинарских занятий

Семинар № 1. Тема «Теоретические основы маркетинга»

Вопросы для обсуждения:

1. Основные понятия маркетинга.
2. Исходные идеи, принципы, цели и функции маркетинга.

3. Роль маркетинга в экономике и управлении страны и отдельного предприятия.
4. Роль и задачи маркетинга в условиях российского рынка

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

1. Лебедева, Н. А. Основы менеджмента и маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / О. А. Королева, Н. А. Лебедева. – Орел : ОрелГТУ, 2010. – 75 с. – 73 с. – Режим доступа : <https://lib.rucont.ru/efd/140042>.
2. Сергеева, Е. А. Менеджмент и маркетинг. Ч. 1. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. С. Брысаев, Е. А. Сергеева. – Казань : КГТУ, 2010. – 199 с. – ISBN 978-5-7882-0834-3. – Режим доступа : <https://lib.rucont.ru/efd/229642>.
3. Третьякова, Т. С. Новый диапазон развития маркетинговых коммуникаций [Электронный ресурс] / Т. С. Третьякова // Вестник Таганрогского института управления и экономики.– 2011.– № 1. – С.67-71. – Режим доступа : <https://elibrary.ru/item.asp?id=16405356>.
4. Цахаев, Р. К. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Т. В. Муртузалиева, Р.К. Цахаев. – 2-е изд. – Москва : ИТК "Дашков и К", 2015. – 550 с. – ISBN 978-5-394-02104-6. – Режим доступа : <https://lib.rucont.ru/efd/286994>.
5. Эриашвили, Н. Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. К. Старостенко, Н. Д. Эриашвили. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 303 с. – ISBN 978-5-238-01485-2. – Режим доступа : <https://lib.rucont.ru/efd/351564>.

Семинар № 2 Тема «Маркетинговые исследования как направление маркетинга»

Вопросы для обсуждения:

1. Маркетинговые исследования: определение, сущность, классификация.
2. Источники информации: вторичные, первичные.
3. Маркетинговая информационная система: понятие, структура, значение для маркетинга.
4. Исследовательская информация.
5. Система обработки маркетинговой информации.
6. Виды исследований: кабинетные и полевые.
7. Процесс маркетингового исследования.
8. Международный кодекс деятельности по маркетинговым исследованиям.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

1. Бекренева, Н. Н. Методы исследования в менеджменте [Электронный ресурс] / Ю. Ю. Рассыпнова, Н. М. Гурьянова, Н. Н. Бекренева. – Пенза : РИО ПГАУ, 2018. – 152 с. – Режим доступа : <https://lib.rucont.ru/efd/654746>.
2. Ковалевский, В. П. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О. М. Калиева, О. П. Михайлова, В. П. Ковалевский.– Оренбург : ГОУ ОГУ, 2013. – 188 с. – Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/204966>.
3. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. В. Коротков. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 304 с.– ISBN 978-5-238-00810-4. – Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/352862>.

4. Петриченко, Т. В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / З. С. Терентьева, Т. В. Петриченко. – Москва : Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2006. – 56 с. – Режим доступа : <https://lib.rucont.ru/efd/287949>.
5. Чабала, Е. С. Тенденции развития систем маркетинговой информации [Электронный ресурс] / Е. С. Чабала, Н. В. Федорова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – Красноярск, 2012. – С. 157-158. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-sistem-marketingovoy-informatsii>

Семинар № 3 Тема «Товар в издательской и книготорговой сфере»

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и существенные характеристики товара.
2. Товарные группы издательства.
3. Товарные группы книжного магазина.
4. Жизненный цикл товара.
5. Критерий новизны товара.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

1. Альшевская Ольга Николаевна Книжная торговля – 2012: специализация, диверсификация, многоформатность // Библиосфера. 2013. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/knizhnaya-torgovlya-2012-spetsializatsiya-diversifikatsiya-mnogofORMATnost>.
2. Гвоздева Г. В. Основные проблемы и перспективы развития рынка услуг книготорговых организаций // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2013. №3 (17). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-problemy-i-perspektivy-razvitiya-rynka-uslug-knigotorgovyh-organizatsiy>.
3. Давлетбаева Л. Ф. Жизненный цикл товара // Вестник ОГУ. 2010. №13 (119). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhiznennyy-tsikl-tovara>.
4. Жук Юрий Михайлович Книга как товар особого рода: проблемы государственной поддержки // Вестник ЧелГУ. 2002. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kniga-kak-tovar-osobogo-roda-problemy-gosudarstvennoy-podderzhki>.
5. Каткова Т. В., Сабанчиева Д. Х., Кайбушева К. А. Особенности инновационной деятельности книготорговых предприятий // Colloquium-journal. 2020. №1 (53). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-innovatsionnoy-deyatelnosti-knigotorgovyh-predpriyatiy>.
6. Макаров М. А. Создание нового товара // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2013. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sozдание-novogo-tovara>.
7. Щербаков А.В. Понятие нового товара и классификации степени новизны товара // Актуальные вопросы экономических наук. 2010. №14. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-novogo-tovara-i-klassifikatsii-stepeni-novizny-tovara>.

Семинар № 4 Тема «Товарная политика в издательской и книготорговой сфере»

Вопросы для обсуждения:

1. Товарная политика: сущность, цель, задачи, место в маркетинговой деятельности предприятия.
2. Классификация товаров.
3. Модели коммерческих характеристик товаров: многоуровневые модели Ф Котлера, В. Благоева, Ж.Ж. Ламбена, 4P+1S.

4. Жизненный цикл товара и его характеристика. Управление жизненным циклом товаров.
5. Матрицы И. Ансоффа «Товар-рынок» и БГК «рост рыночной доли» и их роль в товарной политике фирмы.
6. Упаковка и маркировка, их характеристика и роль в деятельности предприятия.
7. Сервис: сущность, принципы предоставления и виды по времени предоставления и по содержанию работ. Философия сервиса.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

1. Абдурашитова П. М. Содержание товарной политики предприятия // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. №9-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-tovarnoy-politiki-predpriyatiya>.
2. Лукин В. К., Григорьева Е. А., Петров Д. В. Эффективность маркетинговой товарной политики // Вестник Академии знаний. 2014. №1 (8). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-marketingovoy-tovarnoy-politiki>.
3. Михайлова Ирина Анатольевна, Салина Снежана Валентиновна, Салина Марина Валентиновна К вопросу формирования товарной политики предприятия // Евразийский Союз Ученых. 2015. №4-2 (13). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-vo-prosu-formirovaniya-tovarnoy-politiki-predpriyatiya>.
4. Пятницкая М. П. Место товарной политики в комплексе маркетинга // Вестник магистратуры. 2016. №6-5 (57).
5. Сакина Е. Н. Управление товарной политикой в организациях принтмедиаиндустрии // Вестник МГУП. 2015. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-tovarnoy-politikoy-v-organizatsiyah-printmediaindustrii>.
6. Шереметьева Е. Н., Степанова Т.Е. Товарная политика розничного торгового предприятия // Российское предпринимательство. 2003. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tovarnaya-politika-rozничного-torgovogo-predpriyatiya>.

Семинар № 5 Тема «Сбытовая политика издательств»

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и роль сбытовой политики в маркетинге.
2. Канал распределение: определение, виды, уровни каналов, параметры.
3. Участники каналов распределения: простые посредники, торговцы.
4. Маркетинговые решения розничного торговца: основные функции и задачи.
5. Мерчендайзинг: понятие, элементы, управление.
6. Маркетинговые решения оптового торговца: основные функции и задачи. Виды оптовой деятельности.
7. Логистические системы: понятие, виды.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины. Дополнительные материалы к семинару:

1. Бунеева, Р. И. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в оптовой торговле [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Р. И. Бунеева. – М. : Изд-во МГУ, 2009. – 137 с. – 136с. – Режим доступа : <https://lib.rucont.ru/efd/145372>.
2. Котляров, И. Д. Посредники на рынке услуг: модели функционирования [Электронный ресурс] / И. Д. Котляров // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2013. – № 1. – С. 195-203. – Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/505426>.

3. Патахова, М. А. Мерчендайзинг – технология продаж [Электронный ресурс] / М. А. Патахова, Л.Т. Габибова // Вопросы структуризации экономики. – 2009. – № 3. – С. 100. – Режим доступа : <https://elibrary.ru/item.asp?id=16526625>.
4. Хворова, З. А. Сбытовая деятельность на предприятии : понятие, факторы и методы оценки эффективности [Электронный ресурс] / З. А. Хворова // Актуальные проблемы современной науки. – 2013. – № 3. – С. 27-28. – Режим доступа : <https://lib.rucont.ru/efd/495534>.
5. Шаповалова, И. Б. Логистика [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. Б. Шаповалова. – [Б. м.] : Изд-во ЛКИ, 2005. – 73 с. – 75 с. – Режим доступа : <https://lib.rucont.ru/efd/145463>.

Семинар № 6 Тема «Стимулирование сбыта»

Вопросы для обсуждения:

1. Сущностные и технологические особенности стимулирования сбыта.
2. Формы стимулирования сбыта и особенности их использования в книготорговом и издательском маркетинге.
3. Стимулирования сбыта электронного книжного магазина: формы и технологии.
4. Технологии управления сбытом.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

1. Бахарев Владимир Васильевич Стимулирование сбыта в розничной торговле // Практический маркетинг. 2016. №12-1 (238-1). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/stimulirovanie-sbyta-v-rozничnoy-torgovle>.
2. Бусс Д.В. Мерчендайзинг как инструмент маркетинга // СТЭЖ. 2016. №2 (23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/merchandayzing-kak-instrument-marketinga>.
3. Волкова Н.В. План маркетинга в издательском деле // Достижения вузовской науки. 2015. №14. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/plan-marketinga-v-izdatelskom-dele>.
4. Гаврилова Е.С. Сравнительная оценка конкурентоспособности издательств // Вестник МГУП. 2013. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitel'naya-otsenka-konkurentosposobnosti-izdatelstv>.
5. Идрисова Г. Ф. Некоторые аспекты управления сбытовой деятельностью предприятия // Московский экономический журнал. 2018. №5 (3). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-aspekty-upravleniya-sbytovoy-deyatelnostyu-predpriyatiya>.
6. Кузнецова И.Ю. Мировые тенденции развития сбытовой деятельности // Вестник магистратуры. 2015. №12-2 (51). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mirovye-tendentsii-razvitiya-sbytovoy-deyatelnosti>.
7. Дрозд М. А. Изучение потребностей книжного рынка для стимулирования покупательского спроса // Культурная жизнь Юга России. 2015. №Приложение. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-potrebnostey-knizhnogo-rynka-dlya-stimulirovaniya-pokupatelskogo-sprosa>
8. Толкачева Мария Сергеевна Издательский маркетинг как один из каналов формирования читательской культуры (на примере томской области) // Текст. Книга. Книгоиздание. 2016. №2 (11). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izdatelskiy-marketing-kak-odin-iz-kanalov-formirovaniya-chitatelskoy-kultury-na-primere-tomskoy-oblasti>.
9. Федюнин Дмитрий Валерьевич, Лочан Сергей Александрович, Безпалов Валерий Васильевич Коммуникационная стратегия нового бренда на региональном издательском рынке // Современные технологии управления. 2021. №1 (94). URL: <https://>

cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsionnaya-strategiya-novogo-brenda-na-regionalnom-izdatelskom-rynke.

10. Цаканян Алла Андреевна Особенности регионального газетно-издательского маркетинга // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2010. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-regionalnogo-gazetno-izdatelskogo-marketinga>.

Семинар № 7 Тема «Организация маркетинга издательств»

Вопросы для обсуждения:

1. Маркетинг как вид управленческой деятельности.
2. Сущность управления маркетингом.
3. Процесс управления маркетингом.
4. Система маркетинга издательств.
5. Функциональные связи маркетинга в издательстве.
6. Особенности управленческих структур компаний, ориентированных на маркетинг.
7. Особенности организации маркетинга в издательствах.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

1. Алибекова, А. Г. Маркетинг в системе управления предприятием [Электронный ресурс] : сущность и содержание / А. Г. Алибекова, М. Г. Юсупова // Вопросы структуризации экономики. – 2010. – С. 23-24. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-v-sisteme-upravleniya-predpriyatiem-suschnost-i-soderzhanie>.
2. Бутова, Т. Г. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учебник / А. А. Казаков, А. Н. Жираткова, Т. Г. Бутова. – Москва : Проспект, 2016. – 270 с. – ISBN 978-5-392-19669-2. – Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/632925>.
3. Верхорубов, С. А. Совершенствование процесса управления маркетингом в развивающейся рыночной среде [Электронный ресурс] / С. А. Верхорубов, С. Н. Рябцев // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. – 2018. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-protsessa-upravleniya-marketingom-v-razvivayuscheysya-rynochnoy-srede>.
4. Митрофанова, И. В. Тенденции и перспективы развития отечественной издательской отрасли [Электронный ресурс] : маркетинговый подход / И. В. Митрофанова, О. В.Коробов // Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. – 2010. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-i-perspektivy-razvitiya-otechestvennoy-izdatelskoy-otrasli-marketingovyy-podhod>.

Семинар № 8 Тема «Теоретические основы менеджмента»

Вопросы для обсуждения:

1. Основные понятия менеджмента. Отличия менеджмента и управления.
2. Основные школы менеджмента (обзор всех школ: отличия и эволюция).
3. Современные концепции менеджмента.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

1. Богуславский, И. В. Предприятие сферы высоких технологий: особенности менеджмента и управления [Электронный ресурс] / И. В. Богуславский, Б. Н. Слюсарь // Инженерный вестник Дона. – 2007. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/predpriyatie-sfery-vysokih-tehnologiy-osobennosti-menedzhmenta-i-upravleniya>.
2. Бражник, М. В. Хронологический подход к классификации научных школ стратегического менеджмента [Электронный ресурс] / М. В. Бражник // Проблемы современной экономики. – 2010. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/hronologicheskiiy-podhod-k-klassifikatsii-nauchnyh-shkol-strategicheskogo-menedzhmenta>.
3. Позубенкова, Э. И. Менеджмент [Электронный ресурс] / Э. И. Позубенкова. – Пенза : РИО ПГСХА, 2015. – 222 с. – Режим доступа : <https://lib.rucont.ru/efd/342007>.
4. Слонов, Н. Парадигмы менеджмента и объект административного управления [Электронный ресурс] / Н. Слонов, Ю. Корсаков, Т. Фокина. – № 4. – Москва : ПРОМЕДИА, 2005. – С.29-42. – Режим доступа : <https://lib.rucont.ru/efd/173920>.
5. Турбина, Е. П. Школы менеджмента [Электронный ресурс] / Е. П. Турбина, Ю. С. Перменова // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. – 2015. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/shkoly-menedzhmenta>.

Семинар № 9. Тема «Организация как объект социально-экономического управления»

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие организации, ее признаки, свойства, функции, роль в обществе.
2. Виды организаций.
3. Процессы в организации.
4. Законы существования и развития организации.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

1. Подопригора, М. Г. Теория организации и организационное поведение : учебное пособие для магистрантов / М. Г. Подопригора, А. Д. Тытарь. – Ростов-на-Дону: изд-во ЮФУ, 2014. – 264 с. // URL: http://www.aup.ru/books/m1530/2_1.htm – Текст : электронный.
2. Ружанская, Л. С. Теория организации : учебное пособие / Л. С. Ружанская, А. А. Яшин, Ю. В. Солдатова ; под общ. ред. Л. С. Ружанской. — Екатеринбург : изд-во Урал. ун-та, 2015 — 200 с. // URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/36060/1/978-5-7996-1564-2_2015.pdf – Текст : электронный.
3. Социология организаций : учебное пособие / Сост. О. Е. Стеклова; Ульян. гос. техн. ун-т. – Ульяновск : УлГТУ, 2017 – 67 с. // URL: <http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2017/261.pdf> – Текст : электронный.

Семинар № 10 Тема «Функции менеджмента»

Вопросы для обсуждения:

1. Основные подходы к классификации функций менеджмента.
2. Характеристики сущности основных функций менеджмента: прогнозирования, планирования, мотивации, контроля, организации и т.д.
3. Принятие решений как сквозная функция менеджмента. Специфические особенности различных типов управленческих решений. Спонтанные и высокотехнологичные решения.
4. Технология принятия управленческих решений.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

1. Зябриков, В. В. Роли и функции менеджмента [Электронный ресурс] / В. В. Зябриков // Креативная экономика .– 2016. – № 11. – С. 140-157. – Режим доступа : <https://lib.rucont.ru/efd/544271>.
2. Солошенко, В. М. Технология принятия управленческого решения [Электронный ресурс] / В. М. Солошенко, А. А. Головин // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2010. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-prinyatiya-upravlencheskogo-resheniya>.
3. Степаненко, Е. И. Планирование как функция менеджмента [Электронный ресурс] /Е. И. Степаненко // Экономические и гуманитарные науки. – 2011. – № 10. – С. 112-115. – Режим доступа : <https://lib.rucont.ru/efd/482088>.
4. Таирова, М. М. Функции логистики в контексте функций менеджмента и маркетинга [Электронный ресурс] / М. М.Таирова // Вопросы экономических наук .– 2014. – № 3 .– С. 84-85 .– Режим доступа : <https://lib.rucont.ru/efd/490119>.

Для подготовки к семинарам можно использовать иную литературу, имеющуюся в фондах НБ ЧГАКИ и ЧОУНБ, ЭБС Руконт, сети Интернет.

Семинар № 11. Тема «Функциональные виды менеджмента»

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие функциональных видов менеджмента.
2. Общая характеристика функциональных видов менеджмента и специфика их проявления в библиотечной сфере:
 - Стратегический менеджмент,
 - Управление персоналом,
 - Финансовый и инвестиционный менеджмент,
 - Инновационный менеджмент,
 - Производственный (операционный) менеджмент,
 - Организационный менеджмент,
 - Информационный менеджмент,
 - Антикризисный менеджмент,
 - Логистика,
 - Менеджмент качества,
 - Менеджмент маркетинга.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

1. Виды менеджмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://management-rus.ru/osnovi/vidy-menedzhmenta.php>.

Семинар № 12 Тема «Управленческие решения как результат менеджмента»

Вопросы для обсуждения:

1. Управленческие решения и их классификация.
2. Роль и функции управленческого решения.
3. Технология разработки и принятия управленческих решений.
4. Субъективный фактор в принятии управленческого решения.

5. Эффективность управленческих решений.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

1. Бархатов Виктор Иванович, Плетнев Дмитрий Александрович, Биткулова Зинфира Саматовна К вопросу об идеологии, методологии и технологиях разработки управленческих решений в российских корпорациях // Вестник ЧелГУ. 2013. №32 (323). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-ideologii-metodologii-i-tehnologiyah-razrabotki-upravlencheskih-resheniy-v-rossiyskih-korporatsiyah>.
2. Зарубенко А. В., Стусь В. А., Белай К. Е., Иванова И. Г. Эффективность управленческих решений // Colloquium-journal. 2019. №3-7 (27). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-upravlencheskih-resheniy-1>.
3. Кальницкая Ирина Владимировна, Данилов Андрей Николаевич Управленческие решения в модели управления организацией // ОНВ. 2014. №3 (129). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlencheskie-resheniya-v-modeli-upravleniya-organizatsiey-1>.
4. Лозинская Н. Ю. Субъективный фактор и его роль в процессе принятия управленческого решения // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2007. №32. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/subektivnyy-faktor-i-ego-rol-v-protssesse-prinyatiya-upravlencheskogo-resheniya>.
5. Салихов Ф.Н. Типология управленческих решений // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2014. №17. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-upravlencheskih-resheniy>.
6. Чередник В.А. Теоретическая сущность понятия «Управленческие решения» и классификация управленческих решений // Экономический вестник университета. Сборник научных трудов ученых и аспирантов. 2016. №31-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskaya-suschnost-ponyatiya-upravlencheskie-resheniya-i-klassifikatsiya-upravlencheskih-resheniy>.

Семинар № 13. Тема «Развитие персонала: обучение, карьера, самообразование»

Вопросы для обсуждения:

1. Развитие персонала как функция управления.
2. Профессиональное обучение: цели, формы, условия, методы, проблемы организации.
3. Понятие деловой карьеры, особенности карьерного роста в профессии.
4. Опыт издательств и книготорговых магазинов в формировании кадрового резерва и создания дополнительной мотивации для специалистов.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

1. Гужавина, Н. С. Управление человеческими ресурсами в системе управления корпоративными знаниями [Электронный ресурс] / Н. С. Гужавина, Е. Н. Хаматнурова // Научная электронная библиотека «Киберленинка». – 2013. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-chelovecheskimi-resursami-v-sisteme-upravleniya-korporativnymi-znaniyami>.
2. Кортенко, Л. В. Усовершенствованная система управления профессиональным развитием персонала [Электронный ресурс] / Л. В. Кортенко // Научная электронная

библиотека «Киберленинка». – 2009. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/usovershenstvovannaya-sistema-upravleniya-professionalnym-razvitiem-personala>.

3. Макашева, Н. П. Обучение и развитие персонала: новые подходы и формы [Электронный ресурс] / Н. П. Макашева, О. А. Нестерова // Вестник Томского государственного университета. – 2011. – №345. – С. 153-157. – Режим доступа : https://elibrary.ru/download/elibrary_16282741_33182198.pdf.

4. Обучение и развитие персонала в организации [Электронный ресурс] / Комсомольская правда. – 2017. – Режим доступа: <https://www.kp.ru/guide/obuchenie-i-razvitiye-personala.html>.

5. Обучение персонала [Электронный ресурс] // Энциклопедия экономиста. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/biznes/obuchenie-personala.html>.

6. Одегов, Ю. Г. Управление талантами – реальность современного менеджмента [Электронный ресурс] / Ю. Г. Одегов // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2015. – №1. – С. 92-99. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/upravlenie-talantami-realnost-sovremennogo-menedzhmenta>.

7. Развитие персонала [Электронный ресурс] // Управление человеческими ресурсами. – Режим доступа: http://dps.smrtlc.ru/Od_PM/Od_06_1.htm.

8. Развитие персонала: понятие, принципы. Виды и методы развития персонала [Электронный ресурс] // Studfiles. Файловый архив студентов. – 2013. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/434231/page:6>.

9. Смирнова, В. Обучение персонала: ставим цели – выбираем методы [Электронный ресурс] / В. Смирнова // Контур. – №20. – 2017. – Режим доступа: <https://kontur.ru/articles/4664>.

10. Снисаренко, И. М. Социальные детерминанты саморазвития персонала организации [Электронный ресурс] / И. М. Снисаренко // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. – 2017. – Т.4. – №2. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-determinanty-samorazvitiya-personala-organizatsii-1>.

Семинар № 14. Тема «Корпоративная культура»

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность понятия корпоративной (организационной) культуры.
2. Типы корпоративных культур.
3. Ориентиры формирования организационной культуры. Особенности содержания корпоративной культуры
4. Технология формирования, развития и реализации корпоративной культуры в коллективе. Барьеры и проблемы формирования корпоративной культуры.
5. Организационная культура современных книжных магазинов.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

1. Горяйнова, Н. М. Корпоративная культура [Электронный ресурс] / Н. М. Горяйнова // Культурология. – 2010. – №4. – С. 24–28. – Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/472074>.
2. Изотов В. Корпоративная культура: стратегии и способы ее формирования / В. Изотов: (Электронный ресурс) // Режим доступа. - <http://www.megap.ru/site.aspx?STID=293100&SECTIONID=296253&IID=296402>.

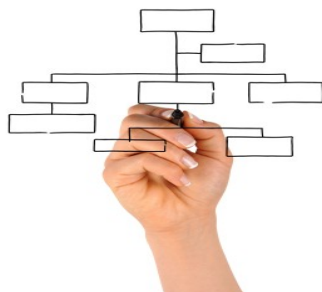
3. Мешков, А. Ю Структура корпоративной культуры [Электронный ресурс] / А. Ю. Мешков // Научная электронная библиотека «Киберленинка». – 2012. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-korporativnoy-kultury>.
4. Мугалова, Ж. А. Корпоративная культура современной организации в условиях меняющегося общества [Электронный ресурс] / Ж. А. Мугалова // Научная электронная библиотека «Киберленинка». – 2015. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-kultura-sovremennoy-organizatsii-v-usloviyah-menyayushchegosya-obschestva>.
5. Погребняк, В. А. История формирования теории организационной культуры / В. А. Погребняк [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/pages/okk/iftok.php>.
6. Шеляпин, В. Н. Формирование корпоративной культуры организации: теоретический аспект [Электронный ресурс] / В. Н. Шеляпин, Г. А. Федотова // Научная электронная библиотека «Киберленинка». – 2012. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-korporativnoy-kultury-organizatsii-teoreticheskiy-aspekt>.

6.3.4.2. Задания для практических занятий

Практическая работа № 1. Тема «Организационная структура маркетинговой службы» (2 часа)

Цель работы – освоение методики организационного проектирования.

Задание и методика выполнения: выберете вид издательства (типография при вузе, региональное издательство, центральное отраслевое издательство и т.д.), спроектируйте маркетинговую службу данного предприятия и пропишите основные функции всех ее сотрудников:



Практическая работа № 2. Тема «Функциональные направления маркетинга» (4 часа)

Цель работы – формирование понимания сущности и структуры маркетинговой деятельности.

Задание и методика выполнения: Подготовить положение об отделе маркетинга книжоторгового магазина. В качестве примеров можно использовать положения, выставленные в сети Интернет. Необходимо предусмотреть все направления маркетинга в положении.

Практическая работа № 3. Тема «Система маркетинговой информации. Маркетинговые исследования» (6 часов)

Цель работы – формирование понимания сущности и технологии маркетинговых исследований.

Задание и методика выполнения: обучающимся предлагается разработать и реализовать программу маркетингового исследования издательства. Программа марке-

тингового исследования включает в себя:

- Определение проблемы.
- Постановка целей исследования.
- Формирование рабочей гипотезы исследования и программных вопросов.
- Определение системы показателей.
- Разработка рабочего инструментария.
- Определение этапов и сроков проведения маркетингового исследования

После разработки программы исследования следует апробировать инструментарий исследования на небольшом количестве респондентов.

Практическая работа № 4 Тема «Разработка целевого сегмента и позиционирование товара на рынке» (3 часа)

Цель работы – освоить методы сегментации рынка книготорговой организации.

Задание и методика выполнения:

1 этап. Ознакомьтесь с информацией об организации: Книжный магазин существует на рынке города несколько десятилетий. Он имеет традиционную сеть поставщиков, постоянных потребителей. Персонал магазина стабильный, имеет высокую квалификацию. В магазине приятный интерьер. Торговые залы оснащены удобными стеллажами, мягкой мебелью. Ассортимент рассчитан на потребителей с разными уровнями достатка и отражает культурные предпочтения целевых аудиторий организации.

2 этап. Ознакомьтесь со стратегиями рынка.

Недифференцированный маркетинг- обращение ко всему рынку сразу с одним и тем же предложением. В случае недифференцированного маркетинга фирма концентрирует усилия не на том, чем отличаются друг от друга нужды клиентов, а на том, что в этих нуждах общего.

Дифференцированный маркетинг- стратегия компании, где усилия маркетинга направлены на несколько сегментов рынка, выступление в нескольких сегментах рынка с разработкой отдельного предложения для каждого из них.

Концентрированный маркетинг -маркетинг, сосредоточивающий усилия на отдельных рынках, концентрация маркетинговых усилий на большой доле одного или нескольких субрынков в противовес сосредоточению их на небольшой доле большого рынка.

Позиционирование -действия по разработке предложения компании и ее имиджа, направленные на то, чтобы занять обособленное благоприятное положение в сознании целевой группы потребителей.

Принципы позиционирования :

- Позиционирование основанное на отличительном качестве товара
- Позиционирование, основанное на выгодах или на решении проблем
- Позиционирование, основанное на особом способе использования
- Позиционирование, ориентированное на определенную категорию потребителей
- Позиционирование по отношению к конкурирующей марке
- Позиционирование, основанное на разрыве с определенной категорией товаров.

Ошибки позиционирования:

- Недопозиционирование
- Сверхпозиционирование
- Запутанное позиционирование
- Сомнительное позиционирование

3этап: составьте карту позиционирования товаров книжного магазина

Карта позиционирования

	Качество высокое	Качество относительно низкое
Цена относительно высокая	Высокий престиж Трудно удержаться Емкость рынка небольшая	Опасная позиция Ликвидируйте товары попавшие сюда
Цена относительно низкая	Попасть в этот квадрат нелегко, но необходимо стараться Потребитель должен поверить	Здесь будет тесно Престиж квадрата низкий Емкость рынка большая

Практическая работа № 5 Тема «Товарная политика и перспективы освоения книжного рынка» (3 часа)

Цель работы – освоить методику товарной политики.

Задание и методика выполнения: На основе характеристики книжного магазина в практической работе 4 требуется заполнить матрицу. Для определения стратегических альтернатив при поиске способов освоения целевых рынков используется матрица «товар-рынок», предложенная И. Ансоффом:

	Существующие рынки	Новые рынки
Существующие товары	<u>Проникновение на рынок:</u> -интенсификация сбыта; -поиск новых покупателей -вытеснение конкурентов; -развитие сферы потребления товаров.	<u>Развитие рынка:</u> -новые рынки; -новые регионы сбыта; - международные рынки; создание новых областей использования товаров.
Новые товары	<u>Развитие товара:</u> -разработка новых товаров собственными силами; -развитие контрактов; -лицензии; обмен продуктами.	<u>Диверсификация:</u> -горизонтальная; -вертикальная; -концентрическая. Активация Windows

Практическая работа №6 Тема «Сбытовая политика в маркетинге издательств» (2 часа)

Цель работы – освоить методы разработки сбытовой политики издательской организации.

Задание и методика выполнения: Сбытовая политика предприятия предполагает определенные целенаправленные действия руководства, построенные на таких принципах, благодаря которым обеспечиваются эффективные, с коммерческой точки зрения, мероприятия: транспортировка, складирование, хранение, доработка, упаковка, продвижение к оптовым и розничным торговцам, предпродажная подготовка, собственно продажа товара, послепродажное обслуживание товара.

Решение задачи: Примите решение по выбору канала товародвижения по критерию эффективности (ед. измерения – млн. руб.):

– Канал нулевого уровня: расходы, связанные с содержанием собственной розничной торговой сети, составляют издержки обращения – 100; прибыль от реализации продукции – 500;

– Одноуровневый канал (прямые связи с использованием посредника розничной торговли): издержки обращения 60; прибыль – 30;

– Двухуровневый канал (производитель продает продукцию оптовому посреднику): издержки обращения – 40; прибыль – 120.

Пояснение к решению задачи. Для выбора канала товародвижения по критерию эффективности необходимо рассчитать отдачу от вложенного капитала (среднюю норму прибыли в %) по каждому каналу.

Ситуационный анализ: Малое предприятие производит в широком ассортименте книжные издания, предназначенные для массового потребителя, и реализует их в фирменном магазине. Но на традиционном рынке, где оно действует, появился более сильный конкурент. Изучив ситуацию, руководство предприятия ставит задачу выйти на новые географические рынки. При этом предприятие предпочитает продавать на новых рынках свою продукцию крупными партиями.

Задание:

1. Выберите каналы распределения и обоснуйте их выбор.
2. Определите, какие, по вашему мнению, конфликты возможны в каналах распределения.

Практическая работа №7 Тема «Разработки комплекса маркетинга» (4 часа)

Цель работы – закрепить полученные знания в области разработки комплекса маркетинга для различных товаров

Задание и методика выполнения:

Выполните разработку товара и комплекса маркетинга по следующему плану:

- 1) Выберите существующее предприятие или придумайте свое (желательно использовать примеры издательской или книготорговой отрасли);
- 2) Предложите новый товар или услугу в ассортиментную матрицу предприятия;
- 3) Разработайте образец фирменного стиля (товарный знак, девиз, фирменный стиль);
- 4) Сформулируйте основные элементы комплекса маркетинга и обоснуйте каждый из них:
 - 4.1 Разложите свой «Новый товар» на три уровня товара «товар по замыслу», «товар в реальном исполнении», «товар с подкреплением»;
 - 4.2 Определите стратегию ценообразования на ваш «новый товар», обоснуйте ее.
 - 4.3 Составьте описание системы распределения вашего товара/услуги (места реализации, вида распределения (с посредниками или без)).
- 5) Подведите итоги вашего проектирования.
- 6) Подготовьтесь к защите практической работы.

Практическая работа № 8 Тема «Содержание менеджмента издательств» (4 часа)

Цель работы – формирование понимания сущности и структуры менеджмента издательства.

Задания и методика выполнения:

1. Рассмотрите составляющие цикла менеджмента в издательстве на примере организации, в которой вы работаете или проходили практику или которое посещали и изучали деятельность которого в других дисциплинах. Дайте ваши комментарии по каждой функции, входящей в цикл менеджмента.

2. Назовите по пять наиболее важных, по вашему мнению, мотиваторов для следующих лиц:

Руководителя издательства

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

Главного бухгалтера

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

Редактора издательства

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

Работника типографии

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

Практическая работа № 9 Тема «Факторы внешней среды издательства» (2 часа)

Цель работы – формирование понимания сущности и влияния факторов внешней среды издательства.

Задания и методика выполнения: Выберите конкретное издательство (регионального или всероссийского уровня). Первоначально выписываются факторы внешней среды, влияющие на компанию. Затем каждому фактору экспертным образом дается оценка:

– важности для отрасли (А) по шкале: 3 – большая, 2 – умеренная, 1 – слабая;

– влияния на компанию (В) по шкале: 3 – сильное, 2 – умеренное, 1 – слабое, 0 – отсутствие влияния;

– направленности влияния (С) по шкале: +1 – позитивное, –1 – негативное.

Степень важности фактора для предприятия = А*В*С.

Таблица Оценка факторов внешней среды компании

Факторы внешней среды	Важность для отрасли	Влияние на компанию	Направленность влияния	Степень важности

Практическая работа № 10 Тема «Стратегическое управление издательством / книжным магазином» (4 часа)

Цель работы – освоение технологии стратегического управления

Задания и методика выполнения: Проведите анализ внешней и внутренней среды организации. заполните шаблон практической работы

Наименование организации: _____

1. Проведите анализ возможностей, угроз и трендов заявленных факторов применительно к выбранной. Результаты анализа оформите в таблицу:

Фактор	Угрозы	Возможности	Тренды
Направления и содержание деятельности			
Технологии деятельности			
Организация деятельности			
Кадры			
Ресурсное обеспечение деятельности			
Поведение клиентов (пользовательских групп)			
Рынок и его характеристики			

2. На основе проведенного анализа сформулируйте ВИДЕНИЕ организации (до 2026 г.)

3. Сформулируйте МИССИЮ организации

4. Сформулируйте цели своей организации в отношении ключевых пространств (не менее 2-3 позиций по каждому пункту):

Ключевое пространство	Цели организации
4.1. Цели в отношении позиционирования организации в обществе	1.
	2.
	n.
4.2. Цели в отношении поведения на рынке	1.
	2.

	п.
4.3. Цели в отношении клиентов	1.
	2.
	п.
4.4. Цели в отношении ресурсного обеспечения	1.
	2.
	п.
4.5. Цели в отношении наращивания социальных связей	1.
	2.
	п.
4.6. Цели в отношении развития персонала	1.
	2.
	п.
4.7. Цели в отношении содержания деятельности	1.
	2.
	п.
4.8. Цели в области прибыли	

Практическая работа № 11 Тема «Формирование портфеля инноваций» (4 часа)

Цель работы – освоение технологии формирования проектов

Задания и методика выполнения: Продолжение предыдущего задания. Задание выполняется в том же файле, где выполнено задание 10.

Формулировка портфеля инноваций.

Задание выполняется на результатах выполнения 4 задания практической работы №1. Под каждую цель ключевого пространства выделяется 2-3 проекта, необходимых и достаточных для достижения последней (возможно включать уже реализуемые проекты, если они укладываются в структуру и содержание заявленных целей учреждения).

Результаты оформите в таблицу:

Ключевое пространство	Цели	Проекты библиотек	
		название	краткое содержание
4.1. Цели в отношении позиционирования организации в обществе	1.		
	2.		
	п.		
4.2. Цели в отношении поведения на рынке			
4.3. Цели в отношении клиентов	1.		
	2.		
	п.		

4.4. Цели в отношении ресурсного обеспечения			
4.5. Цели в отношении наращивания социальных связей			
4.6. Цели в отношении развития персонала			
4.7. Цели в отношении содержания деятельности			
4.8. Цели в области прибыли			

Практическая работа № 12 Тема «Технология проектирования книготорговой организации» (2 часа)

Цель работы – освоение технологии организационного проектирования.

Задания и методика выполнения:

1. Выбрать проблему книжного магазина,
2. Придумать инновационную идею, направленную на разрешение проблемной ситуации,
3. Обосновать идею согласно основной части структуры проекта

Шаблон выполнения задания:

Полное название организации	
Структурное подразделение организации	
Характеристика проблемной ситуации, на разрешение которой направлена инновационная идея	<i>(1-2 абзаца)</i>
Обоснование инновационной идеи	<i>Что предлагаете сделать? (2-3 абзаца)</i>
Ресурсное обеспечение проектной идеи	<i>Перечислите отсутствующие для этого ресурсы (деньги, кадры, МТБ...)</i>
Финансовое обеспечение проектной идеи	<i>Требуется ли проекту целевого финансирования? Если да, то какова примерная стоимость проекта</i>
Социальные партнеры	<i>Какие организации или физические лица нужно пригласить для сотрудничества (2-6 позиций)</i>
Планируемый результат	<i>К чему приведет реализация этой идеи в организации?(3-4 главных позиций)</i>

Практическая работа № 13 Тема «Руководство командой» (4 часа)

Цель работы – развитие компетенций командоформирования.

Задания и методика выполнения:

1. Определение необходимости построения команды

Выполните следующее:

1. Среди задач, которые вам предстоит выполнить на рабочем месте, выберите две-три и проанализируйте целесообразность построения команды для выполнения каждой.

2. Попробуйте оценить затраты времени и, если возможно, средств, которые необходимы для проведения мероприятий, связанных с построением команды (учтите затраты на обучение, отвлечение сотрудников от основной работы и пр.).

2. Творческие задания

1. Представьте, что вы назначены руководителем в организацию, где социально-психологический климат неблагоприятный (группа разобщена, люди не удовлетворены взаимоотношениями в ней). Каким образом его можно оптимизировать?

2. Дайте рекомендации, как превратить группу в коллектив, если:

– вы – новый руководитель группы, и пока не знаете сотрудников;

– вы работали в этой группе в качестве рядового сотрудника и сейчас стали её руководителем.

3. Вам нужно создать сплочённую команду из случайных сотрудников. Вы можете начать с подбора персонала. Какими установками вы будете руководствоваться при подборе? Каким образом будете учитывать индивидуальные особенности людей и особенности командной деятельности? Наметьте план мероприятий по созданию и сплочению команды.

Практическая работа № 14 Тема «Профессиографические характеристики менеджера издательства» (2 часа)

Цель работы – изучение требований к руководителю издательства (можно выбрать профессиональную специализацию); моделирование его профессионального портрета в соответствии с ними.

Задание и методика выполнения: разработать профессиограмму специалиста, включающую:

1) общую характеристику профессии (описание сущности профессии, перечень основных производственных процессов;

2) характеристику требований к личности специалиста профессии (личностных качеств, компетенций, знаний, умений, навыков).

Практическая работа № 15 Тема «Личностное и профессиональное развитие» (4 часа)

Цель работы – освоить методику профессионального саморазвития и развития подчиненных.

Задание и методика выполнения: 1) составить план личного и профессионального развития для себя на три года. Данные отразить в таблице:

Дата	Цель развития	Объект развития	Развивающее событие

2) Составить индивидуальный план развития (ИПР), используя шаблоны. ИПР – согласованная программа развития работника, включающая: приоритетные, с точки зрения повышения эффективности деятельности сотрудника цели развития, мероприятия, не-

обходимые для достижения этих целей, временные границы для реализации мероприятий. ИПР составляется на период от 1 года до 1,5 лет

Подчинённый _____

Занимаемая должность _____

Ключевые функциональные обязанности:

Список компетенций для должности / личности:

№	Ключевые компетенции (готовность к.. / способность к...)	0	1	2	3
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					

1. КОМПЕТЕНЦИЯ _____

ЦЕЛЬ РАЗВИТИЯ _____

2. КОМПЕТЕНЦИЯ _____

ЦЕЛЬ РАЗВИТИЯ _____

3. КОМПЕТЕНЦИЯ _____

ЦЕЛЬ РАЗВИТИЯ _____

Развивающие действия и сроки

Развиваемая компетенция	Развивающие действия	Время формирования компетенции	Сроки реализации (2021-2022 гг.)

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий

Мелкогрупповые/индивидуальные занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

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

Контрольная работа Тема «Товар, товарная и ценовая политика предприятий книжного бизнеса» (УК-3, ПК-2)

Цель контрольной работы – выявить у обучающегося теоретические знания по курсу «Маркетинг-менеджмент в издательском деле», развить навыки применения имеющихся знаний в ходе теоретико-эмпирического осмысления выбранной темы.

Контрольная работа выполняется обучающимися после установочных лекций и предоставляется преподавателю для проверки не менее, чем за месяц до начала следующей сессии. Контрольная работа выполняется в письменной форме по теме «Товар, товарная и ценовая политика предприятий книжного бизнеса».

Задание: обучающемуся необходимо выбрать крупный регион (Челябинскую, Свердловскую Тюменскую, Московскую и т.д. область), в сети Интернет найти сайты издательств данного субъекта РФ, найти на них информацию об ассортименте выпускаемой продукции, проанализировать и сопоставить его по схеме:

Разработать товарный классификатор – разделение всех товаров на уровни: классы, товарные группы и товарные категории. При этом товары на каждом уровне объединяются в класс, или категорию, или позицию по общим признакам или свойствам.

Анализ ширины ассортимента – это общее количество различных товарных категорий, входящих в ассортимент издательства. Чем шире ассортимент, тем больше вероятность того, что запросы покупателя будут удовлетворены, и тем более широкий круг покупателей можно привлечь;

Анализ глубины ассортимента – общее количество товарных позиций внутри каждой товарной категории в ассортименте. Иначе говоря, чем глубже представлена категория, тем лучше мы сможем угадать потребности покупателя.

Методические указания

Приступая к выполнению заданий, обучающийся должен знать, что работа будет зачтена при условии соблюдения следующих требований:

Знание текстов используемой литературы.

Использование обучающимся нескольких источников (статей, монографий, справочной и другой литературы) для раскрытия избранной темы.

Культура и академические нормы изложения материала: обязательное указание на источники, грамотное цитирование авторов (прямое и косвенное), определение собственной позиции и обязательный собственный комментарий к приводимым точкам зрения.

Соблюдение требований к структуре и оформлению.

Требования к структуре и оформлению

Структура. Работа состоит из: введения, основной части, заключения. Во введении необходимо определить цель и задачи работы. В основной части обязательны ссылки на номера библиографических записей в списке использованной литературы. В заключении необходимо сделать основные выводы. Список использованной литературы помещается после заключения. Библиографические записи нумеруются и располагаются в алфавитном порядке.

Оформление. Шрифт гарнитуры «Times New Roman», кегль 12 или 14, через 1,5 интервала. Работу печатать на одной стороне стандартного листа бумаги формата А4 с соблюдением полей: левое – 30 мм, правое – 20 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм.

Выполненная работа должна быть скреплена.

Работа открывается титульным листом. Затем следует «Оглавление». Порядковые номера страниц указываются внизу страницы с выравниванием от центра. Не допускается расстановка нумерации страниц от руки. Первой страницей считается титульный лист, но на нем цифра «1» не ставится. Каждый раздел всегда начинается с новой страницы.

6.3.4.5. Тестовые задания

Тестовые задания включены в фонд оценочных средств. Используются тестовые задания в форме выбор одного, двух и более правильных ответов из предложенных, установление соответствия (последовательности), кейс-задания.

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

1. Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в соответствии с «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (утв. приказом Министерства образования и науки РФ № 301 от 05.04.2017) и локальными актами (положениями) образовательной организации «Об организации учебной работы» (утв. 25.09.2017), «О порядке проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры» (утв. 25.09.2017), «О порядке проведения промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры» (утв. 24.09.2018).

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине отражены в 4 разделе «Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий».

Анализ и мониторинг промежуточной аттестации отражен в сборнике статистических материалов: «Итоги зимней (летней) зачетно-экзаменационной сессии».

2. Для подготовки к промежуточной аттестации рекомендуется пользоваться фондом оценочных средств:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.1);
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (см. п. 6.2);
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.3).

3. Требования к прохождению промежуточной аттестации зачет и (или) экзамен. Обучающийся должен: *(выбрать и добавить)*

- принимать участие в семинарских занятиях;
- своевременно и качественно выполнять практические работы;
- своевременно выполнять самостоятельные задания;
- пройти промежуточное тестирование.

4. Во время промежуточной аттестации используются: *(выбрать и добавить)*

- бланки билетов (установленного образца);
- список теоретических вопросов и база практических заданий, выносимых на экзамен;
- описание шкал оценивания;
- справочные, методические и иные материалы.

1. Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья фонды оценочных средств адаптированы за счет использования специализированного оборудования для инклюзивного обучения. Форма проведения текущей и итоговой ат-

тестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т. п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы¹

1. Будович, Л. С. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности : учебно-методическое пособие / Л. С. Будович, Ю. В. Старцева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2021. — 177 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/182556> (дата обращения: 02.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Воеводская, О. М. Информационные ресурсы интернета в издательском деле : учебное пособие / О. М. Воеводская. — Воронеж : ВГУ, 2017. — 149 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/154903> (дата обращения: 02.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Шацкая, И. В. Маркетинг : учебное пособие / И. В. Шацкая. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 180 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/167584> (дата обращения: 02.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Экономика издательского дела : учебное пособие / составитель О. Н. Скибинская. — Ярославль : , 2013. — 34 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/166447> (дата обращения: 02.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Эриашвили, Н. Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг: учебное пособие / Н. Д. Эриашвили. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. — 301 с. — Текст:непосредственный

7.2. Информационные ресурсы

7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Базы данных:

Библиотека диссертаций и рефератов России .– Режим доступа: <http://www.dslib.net>

Единое окно доступа к информационным ресурсам.– Режим доступа: <http://window.edu.ru>

Единый портал интернет-тестирования в сфере образования. – Режим доступа: www.i-exam.ru

«Киберленинка» Научная электронная библиотека.– Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>

Научная электронная библиотека E-library .– Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>

Национальная электронная библиотека – Режим доступа:<http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>

¹ Обеспечение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья печатными и электронными образовательными ресурсами осуществляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Национальный открытый университет.– Режим доступа :<http://www.intuit.ru/>
ЭБС «Лань» – Режим доступа:<http://e.lanbook.com>
ЭБС «Рукопт» — Режим доступа: <http://rucont.ru>
Электронная библиотека диссертаций РГБ – Режим доступа:<http://www.dslib.net;>
Polpred.com. Обзор СМИ. Россия и зарубежье – Режим доступа: <http://polpred.com/news>

Информационные справочные системы:

Использование информационных систем по дисциплине не предусмотрено

7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

- Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.aup.ru. – (Проверено: 01.09.2018).
- Бизнес-словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://www.businessvoc.ru/>.
- Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика [Электронный ресурс] / Зуб А.Т. – Москва: Аспект-Пресс, 2002. – 415 с. – Режим доступа: <http://xn--90ahkajq3b6a.xn--2000-94dygis2b.xn--p1ai/management/men18.pdf/>.
- Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.cfm.ru.
- Федеральный портал по научной и инновационной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sci-innov.ru/>. – (Проверено: 01.09.2018).
- Экономика. Социология. Менеджмент. Федеральный образовательный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru/>.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Комплексное изучение обучающимися дисциплины предполагает: овладение материалами лекций, учебной и дополнительной литературой, указанной в рабочей программе дисциплины; творческую работу обучающихся в ходе проведения семинарских (практических, индивидуальных) занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Основой для подготовки обучающегося к семинарским занятиям являются лекции и издания, рекомендуемые преподавателем (см. п. 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы).

Основной целью семинарских занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала и ходом выполнения обучающимися самостоятельной работы, обсуждение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы семинарского занятия. При обсуждении на семинарах сложных и дискуссионных вопросов и проблем используются методики интерактивных форм обучения (*круглый стол, дискуссия, диспут, конференция, проект, и т. д.*), что позволяет погружать обучающихся в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки умений и владений.

Для успешной подготовки к семинарским занятиям обучающиеся в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и

интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах по издательской, книготорговой тематики.

Основной целью практических занятий является отработка профессиональных умений и владений навыками. В зависимости от содержания практического занятия могут быть использованы методики интерактивных форм обучения. Основное отличие активных и интерактивных упражнений и заданий в том, что они направлены не только и не столько на закрепление уже изученного материала, сколько на изучение нового.

Для выполнения заданий самостоятельной работы в письменной форме по темам обучающиеся, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах по издательской, книготорговой тематики (задания для самостоятельной работы см. в Разделе 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине).

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) с обучающимися в ходе изучения материала данной дисциплины.

Выбор методов обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяется с учетом особенностей восприятия ими учебной информации, содержания обучения, методического и материально-технического обеспечения. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создания комфортного психологического климата в студенческой группе.

Таблица 14

Оценочные средства по дисциплине с учетом вида контроля

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Виды контроля
Аттестация в рамках текущего контроля	Средство обеспечения обратной связи в учебном процессе, форма оценки качества освоения образовательных программ, выполнения учебного плана и графика учебного процесса в период обучения студентов.	Текущий (аттестация)
Доклад	Средство оценки владения навыками публичного выступления по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.	Текущий (в рамках самостоятельной работы и семинара)
экзамен	Формы отчетности обучающегося, определяемые учебным планом. Экзамен служит для оценки работы обучающегося в течение срока обучения по дисциплине (модулю) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения владения навыками самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.	Промежуточный
Конспекты	Вид письменной работы для закрепления и проверки знаний, основанный на умении «свертывать информацию», выделять главное.	Текущий (в рамках лекционных занятия или сам. работы)

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Виды контроля
Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу. Наряду с решением типовых учебных, ситуационных, учебно-профессиональных задач могут быть включены задания повышенного уровня, требующие многоходовых решений как в известной, так и в нестандартной ситуациях.	Текущий (в рамках практического занятия, сам. работы)
Конференция	Форма обучения и контроля, основанная на свободном, откровенном обсуждении проблемных вопросов. Конференция по своим особенностям близка семинару и является его развитием, поэтому методика проведения конференций сходна с методикой проведения семинаров. Требования к подготовке рефератов и докладов для конференции значительно выше, чем для семинаров, так как их используют как средство формирования у обучаемых опыта творческой деятельности.	Текущий (в рамках семинарского занятия), промежуточный (часть аттестации)
Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Текущий (в рамках семинара)
Практическая работа	Оценочное средство для закрепления теоретических знаний и отработки владения навыками и умений, способности применять знания при решении конкретных задач.	Текущий (в рамках практического занятия, сам. работы)
Проект	Комплекс учебных и исследовательских заданий, позволяющих оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, владения навыками практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Текущий (в рамках семинара, практического занятия или сам. работы), промежуточный (часть аттестации)
Семинар	Один из основных методов обсуждения учебного материала и инструмент оценки степени его усвоения. Семинары проводятся по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) учебной программы с целью углубленного изучения дисциплины, привития обучающимся владения навыками самостоятельного поиска и анализа информации, формирования и развития научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать и отстаивать свое мнение.	Текущий
Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Текущий (в рамках входной диагностики, контроля по любому из

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Виды контроля
		видов занятий), промежуточный

9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения учебных занятий по дисциплине оснащены оборудованием (учебная мебель) и техническими средствами обучения (компьютерная техника, мультимедийное оборудование, проводной интернет).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

– лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение: Microsoft Windows, Microsoft Office 2007, Google Chrome, Internet Explorer

Лист изменений в рабочую программу дисциплины

В рабочую программу дисциплины внесены следующие изменения и дополнения:

Учебный год	Реквизиты протокола Ученого совета	Номер раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
2020/21	Протокол № 8 от 18.05.2020	–	Без изменений.
2021/22	Протокол № дд.мм.гггг		
2022/23	Протокол № дд.мм.гггг		
2023/24	Протокол № дд.мм.гггг		
2024/25	Протокол № дд.мм.гггг		

Учебное издание

Автор-составитель
Ирина Юрьевна Матвеева

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ В ИЗДАТЕЛЬСКОМ ДЕЛЕ

Рабочая программа дисциплины

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

Печатается в авторской редакции

Подписано к печати
Формат 60x84/16
Заказ

Объем 3 п. л.
Тираж 100 экз.

Челябинский государственный институт культуры
454091, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а
Отпечатано в типографии ЧГИК. Ризограф