



ФГОС ВО
(версия 3+
+))

**ПРОДВИЖЕНИЕ И РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ПРОДУКЦИИ**

Рабочая программа дисциплины

ЧЕЛЯБИНСК
ЧГИК
2019

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

Кафедра документоведения и издательского дела

**ПРОДВИЖЕНИЕ И РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ПРОДУКЦИИ**

Рабочая программа дисциплины

программа бакалавриата

«Редакционно-издательская подготовка медиапродуктов»

по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело

квалификация: магистр

**Челябинск
ЧГИК
2019**

УДК 655
ББК 76.18я73

П78

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (версия 3++) по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело Автор-составитель: Соболенко Н.П., профессор кафедры документоведения и издательского дела, канд. пед. наук, профессор

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП на заседании совета факультета документальных коммуникаций и туризма рекомендована к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 7 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 № 8 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	

П78

Продвижение и распространение издательской продукции: рабочая программа дисциплины : программа магистратуры «Редакционно-издательская подготовка медиапродуктов» по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело, квалификация: магистр, авт.-сост. Н. П.Соболенко ; Челябинский государственный институт культуры. – Челябинск, 2019. – 27 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
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.....	8
4.1. Структура преподавания дисциплины.....	8
4.1.1. Матрица компетенций.....	10
4.2. Содержание дисциплины.....	10
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	11
5.1. Общие положения.....	11
5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	13
5.2.1. Содержание самостоятельной работы.....	13
5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы.....	14
5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы.....	15
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	15
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	15
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	18
6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	18
6.2.2. Описание шкал оценивания.....	19
6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене.....	19
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	21
6.3.1. Материалы для подготовки к экзамену.....	21
6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.....	22
6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы.....	22
6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций.....	22
6.3.4.2. Задания для практических занятий.....	24
6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий.....	26
6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).....	26
6.3.4.5. Тестовые задания.....	27
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций.....	27
7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.....	28
7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы.....	28

7.2. Информационные ресурсы.....	28
7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы. 28	
7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	29
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	29
9. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для.....	31
осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	31
Лист изменений в рабочую программу дисциплины.....	32

Аннотация

1	Индекс и название дисциплины по учебному плану	Б1.В.03 Безопасность жизнедеятельности
2	Цель дисциплины	формирование навыков управления и организации продажи издательской продукции в различных каналах распространения.
3	Задачи дисциплины заключаются в:	<ul style="list-style-type: none"> – создавать модели управления продажами на региональном, национальном и международном уровнях; – формировать маркетинговую стратегию организации по продажам издательской продукции; – участвовать в формировании ценовой политики организации по продажам издательской продукции; – формировать и координировать рекламную политику организации по продажам издательской продукции; – использовать современные технологии в процессе распространения всех видов изданий;
4	Планируемые результаты освоения	ПК-2
5	Общая трудоемкость дисциплины составляет	в зачетных единицах – 6 в академических часах – 216
6	Разработчики	Соболенко Н.П., профессор кафедры документоведения и издательского дела, канд. пед. наук, профессор

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 компетен- ций	по компетенции в целом	по дисциплине
1	2	3	4	5
ПК-2. Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	ПК-2.1	Знать	спрос и предложения от издательского дела к книжной торговле, покупательский поток и потребности в книжной продукции, ассортимент распространения издательской продукции.	спрос и предложения от издательского дела к книжной торговле, покупательский поток и потребности в книжной продукции, ассортимент распространения издательской продукции.
	ПК-2.2	Уметь	использовать информацию об издательской продукции и покупательском спросе, использовать современные технологии в процессе распространения всех видов издания.	использовать информацию об издательской продукции и покупательском спросе, использовать современные технологии в процессе распространения всех видов издания.
	ПК-2.3	Владеть	коммуникативными навыками профессионального общения, навыками, изучения покупателей магазина, по применению современных технологий в процессе продажи издательской продукции.	коммуникативными навыками профессионального общения, навыками, изучения покупателей магазина, по применению современных технологий в процессе продажи издательской продукции.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Продвижение и распространение издательской продукции» входит в формируемую участниками образовательных отношений часть учебного плана.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами «Современное издательское дело» и «Организация издательского дела».

Освоение дисциплины «Продвижение и распространение издательской продукции» будет необходимо при подготовке к государственной итоговой аттестации и защите выпускной квалификационной работы.

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 2 зачетных единиц, 72 часа.

Таблица 2

Вид учебной работы	Всего часов	
	Очная форма	Заочная форма
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	216	216
– Контактная работа (всего)	72	22
в том числе:		
лекции	4	4
семинары	24	8
практические занятия	44	10
мелкогрупповые занятия		
индивидуальные занятия		
консультация <i>в рамках промежуточной аттестации (КонсПА)</i>	0	0
иная контактная работа (ИКР) <i>в рамках промежуточной аттестации</i>	0,3	0,3
консультации (конс.)	35,7	8,7
контроль самостоятельной работы (КСР)		
– Самостоятельная работа обучающихся (всего)	108	185
– Промежуточная аттестация обучающегося – экзамен		

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.)					с/р	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. Маркетинговые коммуникации как доминирующий элемент сбыта и фактор устойчивого развития предприятия								
Тема 1. Маркетинговые каналы: основные понятия, функции, участники	38	2	6	8			22	
Тема 2. Книжная торговля как форма предпринимательства	34		4	8			22	
Тема 3. Особенности розничных каналов сбыта	36		6	8			22	
Раздел 2. Практика организации систем сбыта и управления маркетинговыми коммуникациями								
Тема 4 Современная система распространения издательской продукции	38	2	4	10			22	
Тема 5. Оформление, навигация и продвижение книжного магазина	34		4	10			20	
Экзамен 2 семестр	36							36
Всего по дисциплине	216	4	24	44			108	36

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.	конс , КСР			
1	2	3	4	5	6	7	8	
Раздел 1. Маркетинговые коммуникации как доминирующий элемент сбыта и фактор устойчивого развития предприятия								
Тема 1. Маркетинговые каналы: основные понятия, функции, участники	43	2	4				37	
Тема 2. Книжная торговля как форма предпринимательства	41			4			37	

Тема 3. Особенности розничных каналов сбыта	41			4		37	
Итого во 2 сем.							
Раздел 2. Практика организации систем сбыта и управления маркетинговыми коммуникациями							
Тема 4 Современная система распространения издательской продукции	43	2	4			37	
Тема 5 Оформление, навигация и продвижение книжного магазина	39			2		37	
Консультации Контроль самостоятельной работы						185	
Экзамен 3 семестр	9						Экзамен – 8,7 ИКР – 0,3 час.
Всего по дисциплине	216	4	8	10		185	9

Таблица 4

4.1.1. Матрица компетенций

Наименование разделов, тем	ПК-2
1	2
Раздел 1. Маркетинговые коммуникации как доминирующий элемент сбыта и фактор устойчивого развития предприятия	
Тема 1. Маркетинговые каналы: основные понятия, функции, участники	+
Тема 2. Книжная торговля как форма предпринимательства	+
Тема 3. Особенности розничных каналов сбыта	+
Раздел 2. Практика организации систем сбыта и управления маркетинговыми коммуникациями	
Тема 4 Современная система распространения издательской продукции	+
Тема 5 Оформление, навигация и продвижение книжного магазина	+
Экзамен 2 сем.	+

4.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. . Маркетинговые коммуникации как доминирующий элемент сбыта и фактор устойчивого развития предприятия

Тема 1. Маркетинговые каналы: основные понятия, функции, участники

Эволюция понятия маркетинговые каналы. Компоненты маркетингового канала. Посредники в маркетинговом канале: оптовая и розничная торговля. Основные условия развития российского книжного рынка и значение процесса продаж. Стратегии продаж на разных этапах жизненного цикла. Выбор оптимальной структуры продаж. Связь каналов сбыта со стратегией бизнеса.

Оптовая книжная торговля. Типы предприятий оптовой торговли. Розничная книжная торговля: основные типы компаний и форматы. Неспециализированные торговые предприятия. Дистанционные формы торговли (почта, Интернет). Маркетинговая деятельность оптовиков и розничных торговцев. Отдел продаж (сбыта, реализации) издательства.

Тема 2. Книжная торговля как форма предпринимательства

Функции книжной торговли: социальная, экономическая, культурная. Виды книжных магазинов: универсальные, специализированные, книжно-канцелярские, сетевые и независимые, розничные и оптовые, стационарные, букинистические. Методы розничной торговли.

Факторы, оказывающие влияние на создание книжного магазина: число магазинов в городе и местные условия товарооборота, ассортиментный профиль и размеры книжного магазина, характер покупательского спроса, численность населения, размер городской территории и транспортные условия.

Тема 3. Особенности розничных каналов сбыта

Правовое поле торговых операций в рознице. Принципы классификации розничных каналов сбыта. Форматы магазинов. Особенности розничных торговых точек. Задачи продвижения книжной продукции. Инструменты продвижения и их выбор. Реклама книжной продукции. Стимулирование продаж. Мерчандайзинг. Мерчандайзинг с позиций розницы: формирование ассортимента, закупка товаров, выкладка и размещение товаров в торговом зале, формирование атмосферы магазина. Мерчандайзинг с позиции поставщика: реклама и стимулирование на местах продаж, обеспечение запасов, выкладка и размещение товаров в торговых залах, обучение торгового персонала.

Построение отношений с торговыми сетями. «Плата за вход» и «плата за полку». Требования, предъявляемые торговой сетью к поставщикам. Управление ассортиментом товара. Товарный ассортимент. Возможности расширения товарного ассортимента. Анализ рентабельности ассортиментной группы. Оптимизация ассортимента.

Упаковка как элемент маркетинговых коммуникаций. Принципы разработки и создания упаковки.

Разработка концепции и контента веб-сайта издающей организации и предприятия распространения издательской продукции. Печать по требованию. Деятельность предприятия электронной торговли. Место новейших технологических устройств в системе распространения издательской продукции.

Раздел 2. Практика организации систем сбыта и управления маркетинговыми коммуникациями

Тема 4 Современная система распространения издательской продукции

Этапы развития книжной торговли в России. Структура каналов распространения в современной России: независимые книжные магазины, книготорговые сети канал FMCG (fast moving consumer good – товары повседневного спроса с высокой оборачиваемостью), библиотечные продажи, интернет-продажи, почтово-посылочная торговля.

Развитие интернет-каналов. История создания магазина ОЗОН, Лабиринт, Books.ru и др.

Тема 5. Оформление, навигация и продвижение книжного магазина

Понятие концепции магазина. Виды концепции торгового предприятия. Навигация и ассортимент магазина. Выкладка товаров. Планировка и зонирование торговых залов. Дизайн торговых залов и витрин, фасада. Аудиовизуальные компоненты.

Виды книготоргового оборудования. Производители торгового оборудования.

Внешняя и внутренняя реклама магазина. Мероприятия в магазине. Участие магазина в городских ярмарках и фестивалях. Деятельность магазина в соцсетях.

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 занятиях.

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 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 – приступить 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. Маркетинговые коммуникации как доминирующий элемент сбыта и фактор устойчивого развития предприятия		
Тема 1 Маркетинговые каналы: основные понятия, функции, участники	Изучение учебной литературы по дисциплине. Самостоятельная работа № 1. Тема «Внешний вид магазина и территория вокруг него».	Участие в практическом занятии. Проверка самостоятельной работы №1, с ее последующим обсуждением.
Тема 2. Книжная торговля как форма предпринимательства.	Изучение учебной литературы по дисциплине Самостоятельная работа № 2. Тема «Планировка торговых залов».	Участие в практическом занятии. Проверка самостоятельной работы №2 с ее последующим обсуждением.
Тема 3. Особенности розничных каналов сбыта	Изучение учебной литературы по дисциплине. Самостоятельная работа № 3. Тема «Размещение торгового оборудования».	Участие в практическом занятии. Проверка самостоятельной работы №3 с ее последующим обсуждением
Раздел 2. Практика организации систем сбыта и управления маркетинговыми коммуникациями		
Тема 4. Современная система распространения	Изучение учебной литературы по дисциплине. Самостоятельная работа №4. «Ре-	Участие в практическом заня-

ния издательской продукции	кламно-информационные материалы»	тии. Проверка самостоятельной работы №4 с ее последующим обсуждением.
Тема 5. Оформление, навигация и продвижение книжного магазина.	Изучение учебной литературы по дисциплине. Самостоятельная работа №5. «Система навигации в магазине»	Участие в практическом занятии. Проверка самостоятельной работы №5 с ее последующим обсуждением.

5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа № 1.

Тема: **Внешний вид магазина и территория вокруг него.**

Цель работы: Продумать внешний вид магазина и территории вокруг него

Задание и методика выполнения: изучить по источникам конкретным магазинам их состояние и оформление..

1. Нарисовать схему, раскрыть ее или описать словами.
2. Показать внешний образ магазина. Это дизайн вывески с названием магазина, рекламный слоган, если он есть. Кроме того, показать оформление входной зоны(стандартный или другой) и витрины магазина(открытая или закрытая), территория вокруг магазина, наличие парковки.
3. Принять решение о цветовом оформлении магазина: цвет стен, пола и потолка торгового зала; цвет и дизайн торгового оборудования; цвет и стиль униформы продавцов и другого персонала; дизайн вывесок и указателей; оформление ценников; музыкальные и ароматические композиции.
4. Продумать систему освещения книжного магазина.

Самостоятельная работа № 2.

Тема: **Планировка торговых залов**

Цель работы: изучить состояние торговых залов книжных магазинов.

Задание и методика выполнения: используя полученные знания разделить общую площадь создаваемого книжного магазина на торговый зал и подсобные помещения. учесть соотношение торгового зала и подсобных помещений приемлемых для вашего магазина. (70/30 или другое). Обязательно планограмма: площадь занятая торговым оборудованием (коэффициент установочной площади = установочная площадь, кв. м / общая площадь торгового зала, кв.м).

Самостоятельная работа № 3.

Тема: **Размещение торгового оборудования.**

Цель работы: рассмотреть деление торговых залов на зоны и составить планограмму торгового зала.

Задание и методика выполнения: выделить основные зоны для торгового оборудования: а) входная зона, б) кассовая зона(количество касс их расположение).
в) площадь занятая торговым оборудованием (коэффициент установочной площади = установочная площадь, кв. м / общая площадь торгового зала, кв.м).

Самостоятельная работа № 4

Тема: **«Рекламно-информационные материалы»**

Цель работы: получить представление о рекламно-информационных материалах, используемых в торговле..

Задание и методика выполнения: Дать характеристику рекламно-информационным материалам. Показать их использование в книжных магазинах для повышения количества продаж. (Входная группа, напольная графика, подвесные конструкции: мобайл, рекламные гирлянды, муляж, баннер, флаг; напольные конструкции: рекламные стенды, ростовые фигуры, стеллаж, рекламные стойки).

Самостоятельная работа № 5

Тема: «Система навигации в магазине»

Цель работы: Организовать пространство магазина и сделать его понятным для покупателя (канцтовары – прямо, книги налево и т.д.).

Задание и методика выполнения: обозначить магистрали для основного потока покупателей. Это главный и основные боковые проходы, по которым движется основной поток покупателей. Естественный ход движения – против часовой стрелки. Магистрали выделить визуально, разметками, яркими рекламными материалами. Не должна прерываться, быть кольцевой. Наполнить торговый зал информацией об имеющихся товарных группах (книги для детей, бизнес-литература, художественная литература, подарочные издания). Помочь покупателю в выборе (рекламные указатели).

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

<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 конкурсов 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. Маркетинговые коммуникации как доминирующий элемент сбыта и фактор устойчивого развития предприятия			
Раздел 1. Маркетинговые коммуникации как доминирующий элемент	ПК-2. Способен выстроить производственный про-	ПК-2.1	- Семинарское занятие №1 «Формирование маркетинговых каналов в
		ПК-2.2	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижения компетенций	Наименование оценочного средства
<p>сбыта и фактор устойчивого развития предприятияТема 1 Маркетинговые каналы: основные понятия, функции, участники</p>	<p>цесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>ПК-2.3.</p>	<p>системе продаж; – Практическая работа № 1 «Составить словарь терминов, используемых в теории и практике управления маркетинговыми каналами» – Самостоятельная работа № 1. Тема «Внешний вид магазина и территории вокруг него».</p>
<p>Тема 2. Книжная торговля как форма предпринимательства.</p>	<p>Те же</p>	<p>Те же</p>	<p>- Семинарское занятие №2 «Инструменты маркетинга в системе дистрибуции»; - Практическая работа №2 «Книжная торговля как форма предпринимательства». - Самостоятельная работа №2 «Планировка торговых залов».</p>
<p>Тема 3. Особенности розничных каналов сбыта</p>	<p>Те же</p>	<p>Те же</p>	<p>- Семинарское занятие №3 «Управление региональными продажами»; - Практическая работа №3 «Особенности розничных каналов сбыта» Самостоятельная работа №3 «Размещение торгового оборудования».</p>
<p>Раздел 2. Практика организации систем сбыта и управления маркетинговыми коммуникациями</p>			
<p>Тема 4. Современная система распространения издательской продукции</p>	<p>Те же</p>	<p>Те же</p>	<p>- Семинарское занятие №4 «Система стратегического планирования ассортимента магазина»; - Практическая работа №4 «Анализ состава покупателей книготоргового предприятия по продвижению издательской продукции»;</p>

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижения компетенций	Наименование оценочного средства
			Самостоятельная работа №4 «Рекламно-информационные материалы».
Тема 5. Оформление, навигация и продвижение книжного магазина.	Те же	Те же	- Семинарское занятие №5 «Совершенствование ассортимента в соответствии с покупательским спросом»; - Практическая работа №5 «Мерчандайзинг торговой точки»; Самостоятельная работа №5 « Система навигации в магазине»

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. Маркетинговые коммуникации как доминирующий элемент сбыта и фактор устойчивого развития предприятия			
Тема 1 Маркетинговые каналы: основные понятия, функции, участники	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 (2 семестр): № теоретических вопросов: №1,2; практико-ориентированных заданий: 1.
Тема 2. Книжная торговля как форма предпринимательства.	Те же	Те же	– Вопросы к экзамену (2 семестр): № теоретических вопросов: №3,4,5,6; практико-ориентированных заданий: №2,3.
Тема 3. Особенности роз-	Те же	Те же	– Вопросы к экзамену (2

ничных каналов сбыта			семестр): № теоретических вопросов: №5,6.
Раздел 2. Практика организации систем сбыта и управления маркетинговыми коммуникациями			
Тема 4. Современная система распространения издательской продукции	Те же	Те же	– Вопросы к экзамену (2 семестр): № теоретических вопросов: №7,8,10; практико-ориентированных заданий:№4.
Тема 5. Оформление, навигация и продвижение книжного магазина.	Те же	Те же	– Вопросы к зачету (1 семестр): № теоретических вопросов: №9,11,12; практико-ориентированных заданий:№5.

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
ПК-2	– понимает условия продвижения и распространения издательской продукции; – применяет умения по реализа-	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Де-

	ции возможностей по повышению количества продаж издательской продукции; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности.	монстрирует 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 формирования компетенций	Диагностика входных знаний в рамках компетенций.	Входное тестирование, самоанализ, устный опрос и др.
Текущий этап формирования компетенций	Выполнение обучающимися заданий, направленных на формирование компетенций Осуществление выявления причин препятствующих эффективному освоению компетенций.	Активная учебная лекция; семинары; практические занятия, самостоятельная работа: самостоятельное решение контрольных заданий и т. д.
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 (зачтено)	<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 соответ-</p>

Оценка по номинальной шкале	Описание уровней результатов обучения
	ствующих компетенций.
Хорошо (зачтено)	<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 (зачтено)	<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 (не зачтено)	<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 ответы на дополнительные и наводящие вопросы.</p>

Таблица 11

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания

Устное выступление (семинар)

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	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Ис-	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Профессиональ-	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	

	связана. Используются все необходимые профессиональные термины.	использовано большинство необходимых профессиональных терминов.	ная терминология использована мало.		
Оформление	Широко используются информационные технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint). Не более 2 ошибок в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint) частично. 3–4 ошибки в представляемой информации.	Не использованы информационные технологии (PowerPoint). Больше 4 ошибок в представляемой 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.	
Итого					

Таблица 12

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.

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 13

Материалы, необходимые для оценки знаний (примерные теоретические вопросы) к зачету

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1.	Маркетинговые каналы: основные понятия, функции, участники.	ПК-2
2	Управление системой дистрибуции: основные решения.	ПК-2
3	Структура каналов книгораспространения в современной России	ПК-2
4	Координация системы продаж, маркетинговой стратегии и организационной структуры компании.	ПК-2
5	Маркетинговая деятельность оптовиков и розничных торговцев.	ПК-2
6	Особенности розничных каналов сбыта.	ПК-2
7	Формирование каналов реализации издательской продукции.	ПК-2
8	Торговые сети. Отношения с розничными и сетевыми организациями	ПК-2
9	Оптимизация структуры ассортимента.	ПК-2
10	Задачи продвижения издательской продукции. Инструменты стимулирования продаж.	ПК-2
11	Реклама издательской продукции.	ПК-2
12	Упаковка как элемент маркетинговых коммуникаций.	ПК-2

Таблица 14

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

№ п/п	Темы примерных практико-ориентированных заданий	Код компетенций
1	Осуществить отбор партнеров по маркетинговому каналу	ПК-2
2	Рассмотреть розничные каналы сбыта	ПК-2
3	Составить рекламу книжного магазина	ПК-2
4	Структурировать ассортимент книжного магазина	ПК-2
5	Выкладка товаров в книжном магазине	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

3.3. Планы семинарских занятий

Семинар № 1. Тема «**Формирование маркетинговых каналов в системе продаж**»

Семинар проходит в форме дискуссии

Вопросы для дискуссии:

1. Маркетинговые каналы и их роль в экономике(от производителя до конечного потребителя).
2. Функции и потоки в маркетинговых каналах.
3. Участники маркетинговых каналов, их характеристика.
4. Развитие оптовой торговли в России. Типы предприятий оптовой торговли.
5. Организация розничной торговли: основные типы компаний и фирм, их основные признаки.

Основная литература к семинару (см. п. 7.1).

Дополнительная литература к семинару:

1. Баркан, Д. И. Управление продажами [Электронный ресурс] : учебник / Высшая школа менеджмента СПбГУ, Д. И. Баркан .— 2-е изд., испр. — СПб. : Высшая школа менеджмента : Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2008 .— 902 с.- Текст электронный. — Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/207749>
2. Кирюков С.И.Управление маркетинговыми каналами: учебник/ С.И.Кирюков; Высшая школа менеджмента СПбГУ. –СПб.; Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. – 368с.- Текст непосредственный.
3. Форсайт, П. Маркетинг в книгоиздании / П. Форсайт. – М. : Университетская книга, 2008. – 228 с.- Текст непосредственный.
- 4.

Семинар № 2. Тема «**Инструменты маркетинга в системе дистрибьюции** »

Вопросы для обсуждения:

1. Маркетинговые активности и брендинг в канале.
2. Маркетинг в розничной торговле.
3. Маркетинг в оптовой торговле.
4. Торговый маркетинг.
5. Мерчандайзинг

Основная литература к семинару (см. п. 7.1).

Дополнительная литература к семинару:

1. Баркан, Д. И. Управление продажами [Электронный ресурс] : учебник / Высшая школа менеджмента СПбГУ, Д. И. Баркан .— 2-е изд., испр. — СПб. : Высшая школа менеджмента : Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2008 .— 902 с. — Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/207749>
2. Веллхоф, А. Мерчандайзинг : эффективные инструменты и управление товарными категориями / А. Веллхоф. – М. : Издательский Дом Гребенникова, 2004. – 274 с.- Текст непосредственный.
3. Голубин Е. Дистрибуция. Формирование и оптимизация каналов сбыта / Е.Голубин. М., Вершина. 2006. – 212 с.- Текст непосредственный.

Семинар № 3. Тема «**Управление региональными продажами**»

Вопросы для обсуждения:

1. Региональные продажи: определение, отличительные черты, функции.
- 2..Стратегия региональных продаж.
3. Организация региональных продаж
4. Контроль региональных продаж.

Основная литература к семинару (см. п. 7.1).

Дополнительная литература к семинару:

1. Баркан, Д. И. Управление продажами [Электронный ресурс] : учебник / Высшая школа менеджмента СПбГУ, Д. И. Баркан .— 2-е изд., испр. — СПб. : Высшая школа менеджмента : Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2008 .— 902 с. —Текст электронный.- Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/207749>
2. Голова А.Г. Управление продажами: Учебник / А.Г. Голова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 280 с.- Текст непосредственный.
3. Привалов, А. В. Книгораспространение в России : учеб.пособие / А. В. Привалов. – М. : Палеотип, 2004.- Текст непосредственный.

Семинар №4. Тема « Система стратегического планирования ассортимента магазина»

Вопросы для обсуждения:

- 1.Компоненты ассортиментной стратегии: ассортиментная политика, ассортиментная концепция, система планирования.
- 2.Разработка стратегического плана развития ассортимента.
- 3.Управление продажами: оптимизация ассортимента в соответствии со стратегическими приоритетами компании.
4. Анализ продаж и контроль выполнения плана
Основная литература к семинару (см. п. 7.1).

Дополнительная литература к семинару:

1. Баркан, Д. И. Управление продажами [Электронный ресурс] : учебник / Высшая школа менеджмента СПбГУ, Д. И. Баркан .— 2-е изд., испр. — СПб. : Высшая школа менеджмента : Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2008 .— 902 с. – Текст электронный — Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/207749>
2. Коган, А. Ф. Экономика книжной торговли : учеб. пособие / А. Ф. Коган .— М. : Московский государственный университет печати, 2011 .— 412 с. – Текст электронный— Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/200998>
3. Бузукова Е.А. Структура ассортимента розничной компании и ассортиментная матрица- Текст электронный. Режим доступа://<http://www.tlitarium.ru>
4. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2004. – 464с.- Текст непосредственный

Семинар №5. Тема «Совершенствование ассортимента в соответствии с потребительским спросом»

Вопросы для обсуждения:

1. Основные свойства и показатели ассортимента, их влияние на степень удовлетворенности спроса
2. Стратегии роста и развитие рынка (ассортимента)
3. Формирование товарных категорий
4. Мероприятия по стимулированию продаж
Основная литература к семинару (см. п. 7.1).

Дополнительная литература к семинару:

1. Баркан, Д. И. Управление продажами [Электронный ресурс] : учебник / Высшая школа менеджмента СПбГУ, Д. И. Баркан .— 2-е изд., испр. — СПб. : Высшая школа менеджмента : Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2008 .— 902 с.- Текст электронный — Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/207749>

2. Бузукова Е.А. Ассортимент розничного магазина: методы анализа и практические советы. – СПб.: Питер, 2006. – 333с.- Текст непосредственный.
3. Снегирева В.В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям. – СПб.: Питер, 2007.- 387с.- Текст непосредственный.

6.3.4.2. Задания для практических занятий

Практическая работа № 1.

Тема «Составить словарь терминов, используемых в теории и практике управления маркетинговыми каналами»

Цель работы – закрепление знаний основных терминов и понятий, умения применять и использовать в практической деятельности.

Задание и методика выполнения:

Используя литературу и другие источники выбрать соответствующие термины, определить наиболее принятое содержание этих понятий и сформулировать определения. Задание можно выполнить в таблице:

Термины базовые	Определение понятия	<i>Дополнительные и производные</i>

Практическая работа № 2.

Тема «Книжная торговля как форма предпринимательства»

Цель работы – показать степень сформированности знания об организации собственной коммерческой деятельности и умение применять их на практике.

Задание и методика выполнения: из таблицы выбрать модель развития компании. Расписать все стадии жизненного цикла компании(занимающейся издательской деятельностью), необходимые для успешного продвижения на рынке(формирования, интенсивного роста, стабилизации, кризиса).

Цель работы – изучить современное состояние книжной торговли, ее роль в продвижении издательской продукции. Задание и методика выполнения: Магистр должен раскрыть на основе, изученных источников, функции книжной торговли, классификацию розничных торговых каналов, выделить методы розничной торговли. Дать характеристику наиболее успешных розничных торговых каналов в издательском деле.

Литература:

1. ГОСТ 51303-2013 Торговля. Термины и определения.
2. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации. ФЗ №381

3.Баженов Ю.К. Розничная торговля в России. М., ИНФРА-М, 2016. 239с.

Практическая работа № 3.

Тема «Особенности розничных каналов сбыта»

Цель работы – познакомиться с ролью розницы в торговом распределении, изучить ее правовую систему.

Задание и методика выполнения: Магистр , используя представленную классификацию розничных каналов сбыта, представляет розничные каналы продаж печатных и электронных произведений. Приводит примеры существующих книжных магазинов и определяет к каким видам розничных каналов сбыта они относятся, дать им краткую характеристику:

☛ По формам собственности: частные, государственные, муниципальные унитарные, кооперативные и др.

☛ По видам торговли: предприятия оптовой(мелкооптовой) торговли; предприятия розничной торговли

☛ По специализации торговой деятельности: универсальные, специализированные, неспециализированные:- с комбинированным ассортиментом, со смешанным ассортиментом

☛ По способу организации торговой деятельности: сетевые(торговая сеть), автономные, фирменные и др.

☛ По виду торгового объекта: стационарные, нестационарные

☛ По формам торгового обслуживания покупателей: с полным самообслуживанием, с частичным самообслуживанием, с индивидуальным обслуживанием(в том числе через прилавок), с обслуживанием по предварительным заказам с обслуживанием по образцам, с обслуживанием по каталогам и другие

Практическая работа № 4.

Тема «Анализ состава покупателей книготоргового предприятия по продвижению издательской продукции»

Цель работы – изучить состав и структуру покупателей книжных магазинов

Методика выполнения работы: Магистр , используя представленную характеристику покупателей торговых предприятий, дает описание покупателей конкретных книжных магазинов. Для этого выбрать конкретный книжный магазин, указав №, название, месторасположение, дать его краткую характеристику. Определить и обозначить группы потенциальных покупателей, в том числе коллективных.

Охарактеризовать покупателей названных книжных магазинов по следующим признакам:

Женщины(с указанием возраста);

Мужчины(с указанием возраста);

Пожилые покупатели(с указанием возраста);

Молодежь(с указанием возраста);

Дети(с указанием возраста);

Показать закономерности совершения покупок(если будет возможность для определения):

Площадь ареала магазина

Время покупки

Импульсивность покупки

5. Основные характеристики покупателей

женщины мужчины молодежь дети. пожилые
покупатели.

Практическая работа № 5.

Тема «Мерчандайзинг торговой точки»

Практическое занятие проводится в форме деловой игры

Цель игры – овладение методами мерчандайзинга.

Цель работы – изучить теорию и практику мерчандайзинга, ее применение в торговле.

Задание и методика выполнения: разработать модель книжного магазина по следующей схеме:

1. Концепция магазина
1. Навигация и ассортимент
2. Планировка и зонирование торговых залов
1. Расположение и виды книготоргового оборудования
3. Товарные группы
4. Выкладка товара
5. Движение покупателя в магазине.
6. Ассортимент. Аудиовизуальные компоненты
7. Дизайн торговых залов и витрин, фасада

Магистр должен дать название магазину, определить штат сотрудников. Продумать рекламу и витрины. Описать оформление интерьера, вид планировки торгового зала. Сформировать ассортимент магазина, показать принципы выкладки книг и сопутствующих товаров. Оформить полученные материалы в презентацию.

Защита модели. Каждый магистр, представляя модель, обосновывает ее преимущество.

Оценка модели складывается из оценки преподавателя и оценки конкурентов, выставленной после коллективного обсуждения представленных материалов.

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 в учебном процессе не используется.

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 экзамен. Обучающийся должен:

принимать участие в семинарских занятиях;

своевременно и качественно выполнять практические работы;

своевременно выполнять самостоятельные задания;

пройти промежуточное тестирование.

4. Во время промежуточной аттестации используются:– бланки билетов (установленного образца);

– список теоретических вопросов и база практических заданий, выносимых на зачет и (или) экзамен;

– описание шкал оценивания;

– справочные, методические и иные материалы.

5. 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 аттестации 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.

6.

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

7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы¹

1. Коновалова, О. В. Прямые формы продаж: учебное пособие / О. В. Коновалова, М. А. Шемчук, Н. Ю. Латков. — Кемерово: КемГУ, 2018. — 99 с. — ISBN 979-5-89289-180-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная

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

- система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/111477> (дата обращения: 09.06.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Краснянская, О. В. Теоретические основы рекламной деятельности : учебное пособие / О. В. Краснянская. — Москва : РТУ МИРЭА, 2021. — 78 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/171532> (дата обращения: 09.06.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
 3. Коган, А. Ф. Экономика книжной торговли : учеб. пособие / А. Ф. Коган. — М. : Московский государственный университет печати, 2011. — 412 с. — Текст : электронный // Руконт : электронно-библиотечная система. — URL: <https://ru-cont.ru/efd/200998> (дата обращения: 09.06.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
 4. Шадрин, В. Г. Торговый маркетинг : учебное пособие / В. Г. Шадрин, О. В. Коновалов. — Кемерово : КемГУ, 2017. — 99 с. — ISBN 979-5-89289-151-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/102679> (дата обращения: 09.06.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей. ил

7.2. Информационные ресурсы

7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Базы данных:

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

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

Информационные справочные системы:

Использование информационных систем по дисциплине не предусмотрено

7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

<http://www.biblio-globus.ru> – Торговый Дом «Библио-глобус»

<http://www.bookchamber.ru> – Российская книжная палата

<http://www.pro-books.ru/> – Книжный бизнес / Книжный рынок, книгоиздание, книготорговля, книжные издательства, книжные новинки, книжные магазины.

<http://www.knigdelo.ru/> – Книжное дело

Википедия. – Режим доступа: <http://www.wikipedia.org/wiki>

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 (*дискуссия, ситуационные и творческие задания 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 журнале: Университетская книга .

Основной целью практических занятий является отработка профессиональных умений и навыков. 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: Библиография и книговедение, Университетская книга. (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)
Экзамен	Формы отчетности обучающегося, определяемые учебным планом. Экзамен служит для оценки работы обучающегося в течение срока обучения по	Промежуточный

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Виды контроля
	дисциплине (модулю) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.	
Практическая работа	Оценочное средство для закрепления теоретических знаний и отработки навыков и умений, способности применять знания при решении конкретных задач.	Текущий (в рамках практического занятия, сам. работы)
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 навыков самостоятельно-го 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 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, тематические стенды) 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
Надежда Петровна **Соболенко**

ПРОДВИЖЕНИЕ И РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Рабочая программа дисциплины

программа бакалавриата

**«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 п. л.
Тираж 100 экз.*

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