**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ**

**ОРГАНИЗАЦИИ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Факультет | Документальных коммуникаций и туризма |
| 2 | Направление подготовки  | 42.04.03 Издательское дело |
| 3 | Наименование дисциплины | Продвижение и распространение издательской продукции |
| 4 | Курс(ы) обучения | 1 курс |
|  | ФИО преподавателя | Соболенко Н.П. |
|  | Способ обратной связи с педагогом  | электронная почта педагога: 1st-pro@chgaki.ru  |
| 5 | Дополнительные материалы (файлы, ссылки на ресурсы и т.п.) |  |
| 6 | Срок предоставления выполненного задания | Конкретные даты: задание №3 – 24 апреля; задание№4 – 18 мая. |

**Инструкция для студентов по выполнению задания**

Все задания должны быть выполнены в полном объеме в соответствии с требованиями и в указанный срок (см. таблицу). В случае затруднения при выполнении задания Вы можете обратиться к преподавателю за консультацией, используя тот способ связи, который указан в таблице.

Задания для 1 курса ( 701мИД)

Задание № 3.

**Задание №3 ОСОБЕННОСТИ РОЗНИЧНЫХ КАНАЛОВ СБЫТА**

1.Магистр , используя представленную классификацию розничных каналов сбыта, представляет розничные каналы продаж печатных и электронных произведений.

2.Надо привести примеры существующих книжных магазинов и определить к каким видам розничных каналов сбыта они относятся, дать им краткую характеристику.

**3. Классификация предприятий торговли**

* **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
* **По типам предприятий торговли:** гипермаркет, универмаг, магазин-склад, центр оптовой и мелкооптовой торговли, универсальный общетоварный непродовольственный склад, универсальный общетоварный продовольственный склад, универсам, супермаркет, гастроном, магазин «Товары повседневного спроса», специализированный общетоварный продовольственный склад, специализированный общетоварный непродовольственный склад, магазин»Рыба», «Мясо», «Колбасы», «Минеральные воды», «Хлеб», «Овощи-фрукты» и др., магазин «Электротовары», «Одежда», «Обувь», «Ткани», «Хозяйственные товары», «Мебель», «Книги», «Зоотовары», «Семена», «Природа», «Охотник». «Цветы», «Мир садовода», «Спорт и туризм» и т.п., магазин «Продукты»; павильон «Продукты», минимаркет, торговый дом, товары для дома, для детей, для женщин, для мужчин, для будущих мам, для полных, для новобрачных, для молодежи и т.п., магазин «Промтовары», магазин «Кэш энд Кэрри», «Дисконт». «Дискаунтер», комиссионный магазин

4. **Основные характеристики предприятия торговли в сфере книжной торговли**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Предприятия торговли | Площадь торгового объектаКв.м | Ассортименттоваров | ФормыТорговогоОбслуживанияпокупателей | Отличительные особенностиТипапредприятия |
| СпециализацияТорговой деятельности | Тип предприятия | Вид торговли |
| 1.Универсальное предприятие | Гипермаркет | Розничная торговля | 4000 | Перечислить товары | Преимущественно самообслуживание | Широкая зона обслуживания и т.д. |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Задание № 4.

**Задание №4** *Анализ состава покупателей и* мероприятий ***книготоргового предприятия*** по продвижению издательской продукцииМетодика выполнения работы:

1.Магистр , используя представленную характеристику покупателей торговых предприятий, дает описание покупателей конкретных книжных магазинов.

2.Выбрать конкретный книжный магазин, указав №, название, месторасположение, дать его краткую характеристику.

3. Определить и обозначить группы потенциальных покупателей,
в том числе коллективных.

4. 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);

4. Закономерности совершения покупок(если будет возможность для определения):

Площадь ареала магазина

Время покупки

Импульсивность покупки

5. **Основные характеристики покупателей**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| женщины | мужчины | молодежь | дети | Пожилыепокупатели |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

6. Изучить самостоятельную деятельность магазина по продвижению издательской продукции.
7. Определить, изучить и проанализировать рекламные средства, используемые в книжном магазине: оформление оконных и внутримагазинных витрин и стендов, использование СМИ, изготовление собственной рекламной продукции и т.д.