

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 27.09.2022 16:51:28  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

**ЭКОНОМИКА ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА**

Направление подготовки

**42.03.03 - ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО**

Направленность (профиль)

**КНИГОИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО**

Для студентов

**4 КУРСА ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ  
4 КУРСА ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

Составитель:

*К. филол. н., доц. Волкова Н.В.*

**Тверь, 2022**

## I. Аннотация

### 1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является:

- Дать исчерпывающие представления об экономических составляющих редакционно-издательского процесса.

Задачами освоения дисциплины являются:

- изучить экономические и организационные аспекты издательского дела; основные законы и принципы ведения хозяйственной деятельности издающих организаций и структур распространения издательской продукции; механизмы функционирования системы ценообразования на издательскую продукцию в современных условиях;
- научиться проводить расчеты основных показателей работы издающих организаций в целом и их структурных подразделений; составлять бюджеты издательских проектов и отдельных структурных подразделений.
- освоить инструменты и технологии бизнес-планирования и ценообразования; методы оценки маркетинговых, редакционно-издательских процессов, процессов распространения издательской продукции с точки зрения их экономической целесообразности.

**2. Место дисциплины в структуре ООП:** Дисциплина входит в обязательную часть учебного плана (Блок 1. Дисциплины). Входные знания формируются у студентов в рамках курсов «Экономика», «Менеджмент в издательском деле», «Маркетинг в издательском деле». Полученные навыки и знания закрепляются в рамках курса «Стратегии лично-профессионального развития», на преддипломной практике и во время написания ВКР.

**3. Объем дисциплины:** 3 зачетных единицы, 108 час., в том числе **контактная аудиторная работа:** лекций – 20 час.; **практических занятий** – 20 час.; СРС – 41 час., в том числе контроль – 27.

**4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК 2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Учитывает механизмы функционирования и тенденции развития системы общественных и государственных институтов
	ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности при освещении деятельности общественных и государственных институтов в медиапродуктах
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования,	ОПК-5.1. Учитывает в своей деятельности совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

правовых и этических норм регулирования	
УК-9 способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<p>УК-9.1. Использует основные принципы экономического анализа (принцип альтернативных издержек, ценности денег с учетом фактора времени и т.п.).</p> <p>УК-9.2. Использует правовые базы данных и прочие ресурсы для получения информации о своих правах и обязанностях, связанных с осуществлением экономической политики государства.</p> <p>УК-9.3. Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом).</p> <p>УК-9.4. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей.</p> <p>УК-9.5. Контролирует собственные экономические и финансовые риски.</p>

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения:** экзамен, 8 семестр.

Рейтинг-контроль осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ.

**6. Язык преподавания** русский.

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

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)			Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические занятия	Контроль самостоятельной работы (в том числе курсовая работа)	
Предмет и задачи курса. Организационные и экономические основы издательского дела	7	1	1	2	3
Организационная структура издательской отрасли	7	1	1	2	3
Организация работы издательства	11	2	2	2	5

Редакционно-издательский процесс и его экономические аспекты	10	2	2	3	3
Работа издательства с автором. Издательский портфель	9	2	2	2	3
Издательская прибыль и себестоимость	11	2	2	4	3
Рентабельность книжной продукции	9	2	2	2	3
Продвижение книг на рынок	9	2	2	2	3
Реклама в издательстве. Информационное обеспечение книжного рынка	9	2	2	2	3
Ценообразование на книжную продукцию	10	2	2	2	4
Издательское дело за рубежом	8	1	1	2	4
Книжная торговля за рубежом	8	1	1	2	4
<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>27</b>	<b>41</b>

#### Для студентов заочной формы обучения

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)			Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические занятия	Контроль самостоятельной работы (в том числе курсовая работа)	
Предмет и задачи курса. Организационные и экономические основы издательского дела	7	1			6
Организационная структура издательской отрасли	7			1	6

Организация работы издательства	11	1		1	9
Редакционно-издательский процесс и его экономические аспекты	10	1		1	8
Работа издательства с автором. Издательский портфель	9		1	1	7
Издательская прибыль и себестоимость	11	1		1	9
Рентабельность книжной продукции	9		1	1	7
Продвижение книг на рынок	9		1		8
Реклама в издательстве. Информационное обеспечение книжного рынка	9			1	8
Ценообразование на книжную продукцию	10		1	1	8
Издательское дело за рубежом	8			1	7
Книжная торговля за рубежом	8				8
<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>91</b>

### III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебная программа – наименование разделов и тем	Вид занятия	Образовательные технологии
Предмет и задачи курса. Организационные и экономические основы издательского дела	лекция традиционная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	
Организационная структура издательской отрасли	лекция традиционная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	
Организация работы издательства	лекция традиционная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	информационные (цифровые)

Редакционно-издательский процесс и его экономические аспекты	лекция проблемная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	информационные (цифровые)
Работа издательства с автором. Издательский портфель	лекция проблемная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	информационные (цифровые)
Издательская прибыль и себестоимость	лекция проблемная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	
Рентабельность книжной продукции	лекция проблемная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	информационные (цифровые)
Продвижение книг на рынок	лекция проблемная	технологии развития критического мышления
Реклама в издательстве. Информационное обеспечение книжного рынка	лекция проблемная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	
Ценообразование на книжную продукцию	лекция проблемная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	
Издательское дело за рубежом	лекция проблемная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	
Книжная торговля за рубежом	лекция проблемная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	

#### **IV. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

##### **Текущая аттестация**

##### **А) Программа практических занятий**

##### **Тема 1. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ОТРАСЛИ**

###### **I. Общие понятия курса:**

1. Значение терминов «издательское дело», «издательская деятельность», «книжное дело». Могут ли они употребляться в качестве синонимов?
2. В чем интегрирующее значение курса «Экономика и организация издательской деятельности»?
3. Отличие книги от других потребительских товаров и ее сходство с ними.

###### **II. Отрасль книгоиздания как система взаимодействующих субъектов рыночной экономики:**

1. История возникновения отрасли книгоиздания и ее функционирование в 1960-1970-х гг. Назовите примеры издательств, созданных в 1960-1980-е гг. Когда было организационно завершено формирование отрасли книгоиздания?

2. Изменения в отрасли в 1980-1990-х гг. и возникновение Федерального ведомства. Назовите документ, отменивший цензуру печати. На какой год пришлось максимальное падение суммарного тиража книг в период перехода к рынку?
- III. Функционирование издательств, полиграфии и книжной торговли в условиях рынка:
1. Издательства:
    - Издательская система СССР и РФ
    - Классификация издательств: по видам издаваемой литературы и ее читательскому назначению, по форме собственности, по территориальному признаку, по знаковой природе информации выпускаемых изданий, по масштабу деятельности
  2. Полиграфия. Каким образом можно проиллюстрировать масштабы концентрации книжного производства в России?
  3. Книжная торговля. Какие предприятия составляют основу книжной торговли?
- IV. Нормативно-правовая база издательской деятельности:
1. Правовое регулирование издательской деятельности в РФ
  2. Законы, нормативно-правовые акты и подзаконные акты
  3. Какие издательства могут быть участниками Федеральной программы книгоиздания России? Какие льготы предоставляет издательствам законодательство?
  4. Стандарты как государственные и отраслевые нормативно-технические документы. Приведите примеры действующих государственных и отраслевых стандартов.
- V. Библиография и статистика книгоиздания.
- VI. Информационное и научное обеспечение отрасли.

## **Тема 2. СТРУКТУРА ИЗДАТЕЛЬСТВА: ОБЩЕЕ ПОНЯТИЕ. ОСНОВНЫЕ ЧАСТИ ИЗДАТЕЛЬСТВА: РЕДАКЦИОННАЯ, ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ, СЛУЖБА РЕАЛИЗАЦИИ.**

1. Типовые организационные структуры: функциональная, товарная, рыночная, региональная.
2. Основные специалисты издательства:
  - Главный редактор, художественный редактор, технический редактор
  - Специалист по маркетингу, специалист по ресурсам (специалист службы снабжения), специалист по производству
3. Вспомогательные службы издательства (бухгалтерия, экономическое и юридическое подразделения и др.). Их роль в работе издательства.
4. Основные обязанности издательства.
5. Права издательства.
6. Обязательные экземпляры изданий и их виды. Какое количество поставляемых обязательных экземпляров изданий на русском языке установлено законом?
7. Основные выходные сведения.
8. Дополнительные выходные сведения.

## **Тема 3. РЕДАКЦИОННО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ПРОЦЕСС И ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ.**

1. Сущность и содержание редакционно-издательского процесса:
  - Дайте определение редакционно-издательскому процессу и перечислите его основные стадии
  - Назовите общие требования к редакционно-издательскому процессу
  - Отличие «чистых листов» и «сигнального экземпляра»

2. Подбор автора и авторского коллектива
3. План-проспект издания
4. Рецензирование: сущность и виды
5. Заключение договора с автором. Авторский гонорар
6. Авторский оригинал:
  - Определение авторского оригинала и его виды
  - Элементы, комплекта, составляющего авторский оригинал
7. Редактирование. Виды редакционной правки. Редакционные расходы
8. Художественное оформление издания. Гонорар за художественно-графические работы:
  - Что такое художественное оформление и художественная композиция издания? Составляющие макета книги
  - Формат
  - Шрифт и его характеристики: гарнитура, начертание, кегль
9. Подготовка иллюстраций:
  - Штриховые и полутоновые иллюстрации
  - Требования, которым должен удовлетворять иллюстративный материал
10. Подготовка обложки:
  - Обложка, суперобложка, переплет, цветоделение
  - Штрих-код и его значение
11. Издательский оригинал. Общеиздательские расходы
12. Корректурa:
  - Корректурa и ее виды
  - Пробные оттиски цветопроба
  - Требования к пробным цветным оттискам
13. Компьютерные технологии в книгоиздании:
  - Настольная издательская система
  - Наиболее популярные программы верстки оригинал-макета
  - Особенности вывода оригинал-макета при ризографии, офсетной и высокой печати.

#### **Тема 4. РАБОТА ИЗДАТЕЛЬСТВА С АВТОРОМ. ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ПОРТФЕЛЬ.**

1. Основные положения авторского права. Последние изменения в законодательстве об авторском праве:
  - Понятие авторского права; условия для признания сделки на передачу авторских прав законной; объекты, охраняемые и не охраняемые авторским правом.
  - Субъект авторского права; имущественные и неимущественные права.
2. Авторский договор. Его основные типы.
3. Издательский портфель в организации работы издательства:
  - Понятие плана выпуска, ассортимента издательской продукции, тиража
  - Единицы измерения объема издания: авторский лист, учетно-издательский лист, физический печатный лист, условный печатный лист, печатный лист-оттиск. Листаж. Коэффициент использования площади бумаги.
  - Издательские портфели: договорный, редакционный, производственный. План движения портфелей.

#### **Тема 5. РАСХОДЫ НА БУМАГУ И ПЕРЕПЛЕТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.**

1. Расходы на бумагу:



- Процесс изготовления бумаги. Каландрированная бумага. Бумага с покрытием и без него. Основные сорта отечественной бумаги.
  - Обозначение формата издания. Принципы расчета количества бумаги для издания и определение ее стоимости. Учет отходов бумаги на технологические нужды.
2. Расходы на переплетные материалы:
    - Основные переплетные покровные и отделочные материалы
    - Принципы расчета количества картона на издание

### **Тема 6. ПЕЧАТЬ.**

1. Способы печати.
2. Выбор способа печати.
3. Требования к качеству полиграфического исполнения. Контроль качества печати.
4. Выбор полиграфического предприятия.
5. Переплетно-брошюровочные процессы. Основные типы обложек и переплетов.
6. Печатные краски.

### **Тема 7. ПРОДВИЖЕНИЕ КНИГ НА РЫНОК.**

1. Понятие о продвижении товара на рынке. Система распространения книг. Типовые решения распространения книг на рынке.
2. Преимущества и недостатки использования распространения через крупного оптовика.
3. Экстенсивное, исключительное и выборочное распределение.
4. Роль логистики в продвижении книжной продукции.
5. Прямые продажи. Варианты прямых продаж.
6. Система «книга – почтой». Себестоимость заказа книги по системе «книга - почтой».
7. Книжный клуб как книготорговое предприятие.
8. Продажа книг по телефону.
9. Реализация книжной продукции через Интернет.
10. Самоотренинг менеджера по продажам.
11. Многоуровневый маркетинг.
12. Выбор партнера при реализации товара. Конструирование системы дилеров.
13. Система оценки затрат и доходов.

### **Тема 8. РЕКЛАМА В ИЗДАТЕЛЬСТВЕ. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КНИЖНОГО РЫНКА.**

1. Понятие рекламы и ее содержание.
2. Виды рекламы: торговая, потребительская, кооперативная, сейлз промоушн.
3. Система стимулирования сбыта. Выставки.
4. Мерчендайзинг.
5. Паблик рилейшнз.
6. Директ-маркетинг.
7. Виды рекламного воздействия.
8. Средства распространения рекламы: пресса, радио, телевидение, информационные и рекламные листовки и буклеты, каталоги, плакаты, текст на обложке, суперобложке, переплете.
9. Оформление рекламных сообщений.

10. Структурирование рекламной кампании.
11. Роль рекламы в коммерческом успехе издательства.
12. Рекламная кампания издательства и ее формирование.
13. Оценка эффективности рекламной кампании.
14. Информационное обеспечение книжного рынка:
  - 1) Тематическое планирование
  - 2) Система «Books in Print»
  - 3) Отраслевая печать: специализированные газеты и журналы
  - 4) Интернет
  - 5) Адресная рассылка

### **Тема 9. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА КНИЖНУЮ ПРОДУКЦИЮ.**

1. Ценовая политика, ее цели и задачи.
2. Отпускная цена издательства:
  - 1) Определение уровня розничных цен
  - 2) Ценовая политика и объемы тиражей
  - 3) Методы ценообразования: затратного калькулирования, формирования цены от спроса, конкурентного уровня цены
  - 4) Другие методы определения цен: полных издержек, средних издержек, предельных издержек, стандартных издержек производства, целевой цены, потребительской оценки
3. Формирование цены в книготорговле:
  - 1) Оптовая цена книги
  - 2) Розничная цена книги
4. Переговоры о ценах.

### **Тема 10. ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО ЗА РУБЕЖОМ.**

1. Издательские фирмы и их типы. Организация издательской отрасли.
2. Каталоги-справочники по издательским фирмам.
3. Профессиональные объединения издателей и профессиональные издательско-книготорговые журналы.
4. Международная роль ассоциаций. Специализированные ассоциации.
5. Государственные органы, контролирующие издательскую деятельность. Государственная поддержка книгоиздания.
6. Специфика работы зарубежного издательства:
  - 1) Литературные агенты
  - 2) Международные книжные ярмарки
  - 3) Взаимоотношения издательства и автора. Особенности авторского договора.
  - 4) Карманные издания и электронные книги.
7. Общие тенденции развития издательского дела за рубежом.

### **Тема 11. КНИЖНАЯ ТОРГОВЛЯ ЗА РУБЕЖОМ**

1. Способы информирования книжной торговли о продукции издательств: издательские каталоги, текущая книготорговая библиография, национальные указатели Books in print, национальная библиография, издательские агенты-представители, национальные книжные ярмарки, постоянно действующий заказ.
2. Автоматизированные системы телезаказа.
3. Фирмы промежуточного звена книжной торговли: дистрибьютеры, оптовики, транспортировка книг.
4. Прямые продажи в издательствах: книжные клубы, национальные книжные салоны, ярмарки, фестивали.
5. Розничная книготорговля: книжные магазины, отделы супермаркетов, книготорговые сети, супермагазины (суперсторы).
6. Общие тенденции развития книжной торговли за рубежом.

## ТЕСТЫ

### Тест 1: Основные экономические понятия

1. Что относится к организационно-правовым формам предпринимательской деятельности:
  1. Акционерное общество;
  2. Совместное предприятие;
  3. Концерны;
  4. Малые предприятия.
2. Что отражает понятие «предложение»?
  1. Структуру товара на рынке;
  2. Стоимость товара для реализации;
  3. Количественную оценку товара на рынке;
  4. Номенклатуру продукции, представленную на рынке.
3. Что отражает понятие «спрос»?
  1. Количество продавцов на рынке;
  2. Стоимость товара, представленного на рынке;
  3. Количество товара на рынке;
  4. Совокупную общественную потребность в различных товарах с учетом платежеспособности покупателя;
4. Экономика предприятия - это:
  1. Избранная технология производства;
  2. Соотношение ресурсов на входе и выходе;
  3. Состав и квалифицированный уровень кадров.
5. В состав оборотных средств предприятия входит:
  1. Запасы материалов, запасных частей, топлива, готовой продукции на складе;
  2. Оборотные фонды и фонды обращения;
  3. Оборудование цехов, готовая продукция на складе;
  4. Производственные запасы, незавершенное производство, фонды обращения, расходы будущих периодов.
6. К типам производственной системы относятся:
  1. Предметный;
  2. Технологический;
  3. Массовый;

4. Смешанный;
  5. Серийный.
7. Главная цель рекламы:
1. Рост объема производства продукции;
  2. Формирование спроса на конкретный вид продукции;
  3. Повышение качества;
  4. Снижение затрат на производство.
8. Уровень использования основных производственных фондов характеризуют?
1. Фондоотдача, фондоемкость;
  2. Фондовооруженность труда;
  3. Производительность труда.
9. Амортизация основных фондов - это
1. Износ основных фондов;
  2. Процесс перенесения стоимости основных фондов на себестоимость изготавливаемой продукции;
  3. Восстановление основных фондов;
  4. Расходы на содержание основных фондов.
10. Если производство в отрасли распределено между несколькими фирмами, контролирующими рынок, то такая структура рынка называется
1. Совершенной конкуренцией;
  2. Монополистической конкуренцией;
  3. Монополией;
  4. Олигополией.
11. Какой показатель не участвует в формировании оптовой цены предприятия?
1. Уровень рентабельности, рассчитанный по производственным фондам;
  2. Себестоимость единицы продукции;
  3. Уровень рентабельности, рассчитанный по себестоимости.
12. Увеличение реальной заработной платы приводит
1. К увеличению индивидуального предложения труда;
  2. К уменьшению индивидуального предложения труда;
  3. Сначала к увеличению индивидуального предложения труда, затем к его уменьшению;
  4. Сначала к уменьшению индивидуального предложения труда, затем к его увеличению.

### **Тест 2: Расходы, доходы и рентабельность**

1. Деление расходов на постоянные и переменные производится с целью:
  1. Повышения технического уровня производства;
  2. Определения для каждой конкретной ситуации объема реализации, обеспечивающего безубыточную деятельность;
  3. Выделения цеховой, производственной и коммерческой себестоимости.
2. Базой для составления производственной программы является план производства продукции:
  1. В натуральных измерениях;
  2. В стоимостных измерителях;

3. В трудовых измерителях.
3. В качестве основных документов для финансового анализа являются:
  1. Бухгалтерский баланс;
  2. Отчет о прибыли и убытках;
  3. Сведения об инвестициях;
  4. Сведения о финансовом состоянии организации.
4. Рассматривая модель линейной зависимости общих переменных издержек от объемов производства, можно утверждать, что от объемов производства не зависят
  1. Средние переменные издержки;
  2. Средние постоянные издержки;
  3. Средние валовые издержки;
  4. Общие валовые издержки.
5. В состав арендной платы входят:
  1. Отчисления от объема продаж;
  2. Амортизационные отчисления;
  3. Стоимость материальных ресурсов;
  4. Часть прибыли;
  5. Какие-либо другие составляющие;
6. Объектами управления являются:
  1. Маркетинг;
  2. Материальные ресурсы;
  3. Производство;
  4. Капитал;
  5. Финансы.
7. Рентабельность продукции определяется
  1. Отношением балансовой прибыли к объему реализованной продукции;
  2. Отношением прибыли от реализации к выручке от реализации (без НДС и акциза);
  3. Отношением балансовой прибыли к средней стоимости имущества предприятия;
  4. Отношением балансовой прибыли к средней стоимости основных фондов и материальных оборотных средств.
8. Прибыль предприятия может быть рассчитана как:
  1. Доходы минус налоги и амортизация;
  2. Доходы минус заработная плата;
  3. Доходы минус затраты на сырье и материалы;
  4. Доходы минус совокупные издержки.
9. Какой из нижеперечисленных доходов называют предельным?
  1. Выручку от реализации всей продукции;
  2. Приращение валового дохода от продажи дополнительной единицы продукции;
  3. Доход, рассчитанный на единицы данной продукции.
10. Понятие «коммерческая эффективность» инвестиционного проекта характеризует:
  1. Результаты от осуществления проекта за расчетный период;

2. Превышение доходов федерального или местного бюджета над расходами в связи с осуществлением инвестиционного проекта;
3. Финансовые, социальные, экологические последствия реализации проекта;
4. Соотношение финансовых затрат и результатов от реализации проекта для его непосредственных участников.

11. Какие организации признаются коммерческими?

1. Любые организации, имеющие самостоятельный баланс или смету;
2. Любые организации, получающие прибыль, независимо от целей своей деятельности;
3. Организации, преследующие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли.

## **Промежуточная аттестация**

### **Задание 1**

*Планируемый образовательный результат*

ОПК 2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-2.1. Учитывает механизмы функционирования и тенденции развития системы общественных и государственных институтов

*Формулировка задания*

Составить блок-схему и оценить эффективность приведенной организационной структуры предприятия, предложить варианты оптимизации

*Вид и способ проведения промежуточной аттестации:* письменный ответ

*Критерии оценивания и шкала оценивания:*

Произведена верная оценка эффективности, сделан вывод – 2 балла.

Предложен вариант оптимизации структуры – 3 балла.

Рейтинг-контроль осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ..

### **Задание 2**

*Планируемый образовательный результат*

ОПК 2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности при освещении деятельности общественных и государственных институтов в медиапродуктах

*Формулировка задания*

Письменно ответить на вопросы, привест примеры:

1. Роль рекламы в коммерческом успехе издательства.
2. Рекламная кампания издательства и ее формирование.
3. Оценка эффективности рекламной кампании.
4. Информационное обеспечение книжного рынка:
  - 1) Тематическое планирование
  - 2) Система «Books in Print»
  - 3) Отраслевая печать: специализированные газеты и журналы
  - 4) Интернет
  - 5) Адресная рассылка

*Вид и способ проведения промежуточной аттестации:* письменный ответ

*Критерии оценивания и шкала оценивания:*

- Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 2 балла
- Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенному искажению смысла – 1 балл
- Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов

Рейтинг-контроль осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ.

### **Задание 3**

*Планируемый образовательный результат*

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-5.1. Учитывает в своей деятельности совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

*Формулировка задания*

Составить PEST-анализ (по выбору студента):

- издательского рынка
- рекламного рынка
- полиграфического рынка
- рынка печатных СМИ

*Вид и способ проведения промежуточной аттестации:* письменный ответ

*Критерии оценивания и шкала оценивания:*

- Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 2 балла
- Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенному искажению смысла – 1 балл
- Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов

Рейтинг-контроль осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ .

### **Задание 4**

*Планируемый образовательный результат*

УК 9. способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.1. Использует основные принципы экономического анализа (принцип альтернативных издержек, ценности денег с учетом фактора времени и т.п.).

*Формулировка задания*

Перечислите экономические факторы, которые влияют на деятельность организации.

*Вид и способ проведения промежуточной аттестации:* письменный ответ

*Критерии оценивания и шкала оценивания:*

- Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 2 балла
- Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенному искажению смысла – 1 балл
- Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов

Рейтинг-контроль осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ..

### **Задание 5**

*Планируемый образовательный результат*

УК 9. способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.2. Использует правовые базы данных и прочие ресурсы для получения информации о своих правах и обязанностях, связанных с осуществлением экономической политики государства.

*Формулировка задания*

Какие виды договоров установлены ГК РФ с правообладателями исключительных прав на результат интеллектуальной деятельности?

*Вид и способ проведения промежуточной аттестации:* письменный ответ

*Критерии оценивания и шкала оценивания:*

- Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 2 балла
- Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенному искажению смысла – 1 балл
- Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов

Рейтинг-контроль осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ..

### **Задание 6**

*Планируемый образовательный результат*

УК 9. способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.3. Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом).

*Формулировка задания*

Рассчитайте себестоимость производства книги для заданных параметров.

*Вид и способ проведения промежуточной аттестации:* письменный ответ

*Критерии оценивания и шкала оценивания:*

- Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 2 балла
- Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенному искажению смысла – 1 балл
- Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов

Рейтинг-контроль осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ..

### **Задание 7**

*Планируемый образовательный результат*

УК 9. способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.4. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей.

*Формулировка задания*

Рассчитайте примерную розничную цену издания в соответствии с заданными параметрами.

*Вид и способ проведения промежуточной аттестации:* письменный ответ

*Критерии оценивания и шкала оценивания:*

- Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 2 балла



– Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенному искажению смысла – 1 балл

– Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов

Рейтинг-контроль осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ..

### **Задание 8**

*Планируемый образовательный результат*

УК 9. способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.5. Контролирует собственные экономические и финансовые риски.  
(индикаторы компетенции)

*Формулировка задания*

Рассчитайте рентабельность издания с заданными параметрами.

*Вид и способ проведения промежуточной аттестации:* письменный ответ

*Критерии оценивания и шкала оценивания:*

– Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 2 балла

– Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенному искажению смысла – 1 балл

– Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов

Рейтинг-контроль осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ..

## **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

1) Рекомендуемая литература

*а) основная литература:*

1. Восколович, Н. А. Экономика, организация и управление общественным сектором [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению «Экономика» и экономическим специальностям / Н. А. Восколович, Е. Н. Жильцов, С. Д. Еникеева; под ред. Н. А. Восколович. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 367 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118272>
2. Экономика организации : учебник [Электронный ресурс] / Е.Н. Кнышова, Е.Е. Панфилова. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 335 с. — (Среднее профессиональное образование). – Режим доступа : <http://znanium.com/go.php?id=915507>
3. Основы экономики : учеб. пособие [Электронный ресурс] / З.К. Океанова. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018.— 287 с. — (Профессиональное образование). – Режим доступа : <http://znanium.com/go.php?id=911298>
4. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие [Электронный ресурс]/ А.И. Нестеренко, Т.М. Кривошеева, М.В. Гаврилюк и др. ; под ред. О.В. Шеменевой, Т.В. Харитоновой. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 294 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452586>
5. Экономика общественного сектора : учеб. пособие [Электронный ресурс] / Г.А. Ахинов, Е.Н. Жильцов. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 345 с. — (Высшее

образование: Бакалавриат). – Режим доступа :  
<http://znanium.com/go.php?id=940528>

б) Дополнительная литература:

1. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями [Электронный ресурс] / под ред. Б.З. Мильнера. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 624 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=398726>
2. Мандель, Б. Р. Книжное дело [Электронный ресурс] :Учебн. пособие / Б. Р. Мандель. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. - 634 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=403672>
3. Пикок, Д. Основы издательского дела / Д. Пикок. - 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 473 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428991> (24.03.2018).
4. Шаркова, А.В. Экономика организации : практикум [Электронный ресурс] / А.В. Шаркова, Л.Г. Ахметшина. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 120 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. – Режим доступа : [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=61068](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=61068)
5. Эриашвили, Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг : учебное пособие / Н.Д. Эриашвили. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 302 с. - ISBN 978-5-238-01485-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436699> (24.03.2018).

2) Программное обеспечение

а) Лицензионное программное обеспечение

	Наименование программного обеспечения	Местонахождение ПО	Назначение
1.	Microsoft Office Professional Plus	на всех рабочих станциях	Текстовый редактор
2.	Microsoft Windows Professional	на всех рабочих станциях	Операционная система
3.	Kaspersky WorkSpace Security Educational License	на всех рабочих станциях	Антивирусное ПО
4.	Adobe Design Standard	4-ый корпус, компьютерный класс	Компьютерная графика, дизайн
5.	ABBYY FineReader Corporate Edition	на 2-х рабочих станциях	Сканирование документов
6.	CorelDRAW Graphics Suite	3-ый корпус, компьютерный центр общего доступа	Векторная графика, графический дизайн
7.	Пакет «Антиплагиат.ВУЗ»	в сети университета	Проверка текстов на наличие заимствований

б) свободно распространяемое программное обеспечение

qScreenshot, HotShots – программы для снятия скриншотов.

The Timeline Project – программа-планировщик.

GimPhoto – Редактор фотографий, который базируется на GIMP. Поддерживаются плагины Photoshop (8bf).

Компрозер / Композер – WYSIWYG-редактор для документов формата HTML. Программа предназначена для редактирования и создания веб-страничек. Позволяет использовать всевозможные стили CSS. Включает лучшие функции большинства актуальных редакторов для страничек сайтов по типу DreamWeaver. При этом разработчики не забыли о значимости простоты в эксплуатации подобных инструментов.

eBook Maestro: универсальный компилятор электронных книг

Adobe Digital Editions 2.0 - программа для чтения и тестирования электронных книг в формате epub/

Calibre - конвертор электронных книг.

Sigi – конвертор электронных книг

г) *Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы*

1. Сервер информационно-методического обеспечения учебного процесса –
2. <http://edc.tversu.ru/>
3. Научная библиотека ТвГУ <http://library.tversu.ru/>
4. Сервер доступа к модульной объектно-ориентированной динамической учебной среде Moodle - <http://moodle.tversu.ru/>
5. Сервер обеспечения дистанционного обучения и проведения Web- конференций
6. Mirapolis Virtual Room - <http://mvr.tversu.ru/mvr/>
7. Репозиторий научных публикаций ТвГУ - <http://eprints.tversu.ru/>
8. Научная электронная библиотека <https://elibrary.ru/>
9. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru/>

в) *перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины*

1. <http://www.gipp.ru/> — Гильдия издателей периодической печати;
2. <http://www.bookchamber.ru/main.html> — Российская книжная палата;
3. <http://www.twirpx.com/files/humanitarian/publishing> - электронная библиотека twirpx.com;
4. <http://www.e-ditor.ru/> - онлайн-библиотека МГУП;
5. <http://bookezmagazine.narod.ru/> Информационно-справочный ресурс об издательском бизнесе «BookeZMagazine».

## **VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Студент, изучающий дисциплину, должен:

- следить за логикой построения учебного курса, постоянно работая над освоением теоретического материала;
- лекции – основное методическое руководство по изучению дисциплины, поэтому пропущенную лекцию необходимо изучить самостоятельно, так как каждая последующая лекция основывается на материале предыдущей;
- готовиться и активно работать на практических занятиях;
- в установленные сроки выполнять все задания, своевременно представляя отчет о проделанной работе преподавателю.

### Контрольные вопросы к экзамену

1. Сущность и цели маркетинговой деятельности издательства. Концепции маркетинга. Планирование маркетинга.
2. Издательская прибыль и себестоимость.
3. Состав и структура себестоимости издательской продукции.
4. Факторы, влияющие на себестоимость издательской продукции. Безубыточный тираж издания.
5. Понятие планирования и бизнес-плана. Цели и задачи бизнес-планирования. Подготовка и использование бизнес-плана.
6. Издательство как фирма и книга как продукт. Рыночные условия и анализ сбыта. Производственный и оперативный планы в составе бизнес-плана.
7. Деловое расписание в бизнес-плане. Оценка издательских рисков. План финансирования издания.
8. Финансовые потоки книготоргового предприятия. Финансовый менеджмент.
9. Бухгалтерский учет и его разновидности. Переход на мировые формы бухгалтерской отчетности.
10. Консалтинговые услуги книжному бизнесу. Применение аудита.
11. Выбор обслуживающего банка. Безналичные и наличные расчеты.
12. Зоны риска в книжной торговле.
13. Ценообразование в книжном бизнесе: формирование издательской, оптовой и розничной цены на книжную продукцию.
14. Отрасль книгоиздания как система взаимодействующих субъектов рыночной экономики. Функционирование издательств, полиграфии и книжной торговли в условиях рынка.
15. Нормативно-правовая база издательской деятельности. Библиография и статистика книгоиздания. Информационное и научное обеспечение отрасли.
16. Структура издательства. Основные части издательства: редакционная, производственная, служба реализации. Типовые организационные структуры: функциональная, товарная, рыночная, региональная.
17. Основные специалисты издательства.
18. Вспомогательные службы издательства. Их роль в работе издательства.
19. Основные обязанности и права издательства. Обязательные экземпляры изданий и их виды. Основные и дополнительные выходные сведения.
20. Сущность и содержание редакционно-издательского процесса. Подбор автора и авторского коллектива. План-проспект издания. Рецензирование: сущность и виды.
21. Заключение договора с автором. Авторский гонорар. Авторский оригинал.
22. Редактирование. Виды редакционной правки. Редакционные расходы.
23. Художественное оформление издания. Гонорар за художественно-графические работы. Подготовка иллюстраций и обложки.
24. Компьютерные технологии в книгоиздании.
25. Основные положения авторского права. Последние изменения в законодательстве об авторском праве.
26. Издательский портфель в организации работы издательства.
27. Расходы на бумагу и переплетные материалы.
28. Способы печати. Выбор способа печати. Печатные краски.
29. Требования к качеству полиграфического исполнения. Контроль качества печати. Выбор полиграфического предприятия.
30. Переплетно-брошюровочные процессы. Основные типы обложек и переплетов.
31. Понятие о продвижении товара на рынке. Система распространения книг. Типовые решения распространения книг на рынке. Экстенсивное, исключительное и выборочное распределение.

32. Прямые продажи. Варианты прямых продаж. Система «книга – почтой». Себестоимость заказа книги по системе «книга - почтой». Книжный клуб как книготорговое предприятие.
33. Продажа книг по телефону. Реализация книжной продукции через Интернет.
34. Выбор партнера при реализации книг на рынке. Конструирование системы дилеров.
35. Понятие рекламы и ее содержание в книжном деле. Виды рекламы: торговая, потребительская, кооперативная, сейлз промоушн.
36. Система стимулирования сбыта. Выставки. Мерчендайзинг. Паблик рилейшнз. Директ-маркетинг.
37. Средства распространения рекламы: пресса, радио, телевидение, информационные и рекламные листовки и буклеты, каталоги, плакаты, текст на обложке, суперобложке, переплете. Оформление рекламных сообщений.
38. Структурирование рекламной кампании. Роль рекламы в коммерческом успехе издательства. Рекламная кампания издательства и ее формирование. Оценка эффективности рекламной кампании.
39. Информационное обеспечение книжного рынка: тематическое планирование, система « Books in Print », специализированные газеты и журналы, Интернет и адресная рассылка.
40. Комплектование библиотек и реализация им книг.
41. Реализация книжной продукции на специфических рынках: реализация научной, учебной школьной, детской литературы.
42. Букинистическая торговля.
43. Общие тенденции развития издательского дела за рубежом. Издательские фирмы и их типы. Организация издательской отрасли.
44. Каталоги-справочники по издательским фирмам. Профессиональные объединения издателей и профессиональные издательско-книготорговые журналы.
45. Международная роль ассоциаций. Специализированные ассоциации. Государственные органы, контролирующие издательскую деятельность. Государственная поддержка книгоиздания.
46. Специфика работы зарубежного издательства: литературные агенты, международные книжные ярмарки. Особенности авторского договора. Карманные издания и электронные книги.
47. Общие тенденции развития книжной торговли за рубежом. Автоматизированные системы телезаказа.
48. Фирмы промежуточного звена книжной торговли за рубежом: дистрибьюторы, оптовики, транспортировка книг. Розничная книготорговля: книжные магазины, отделы супермаркетов, книготорговые сети, супермагазины (суперсторы).
49. Принцип единых твердых цен на книжную продукцию за рубежом. Составляющие розничной цены. Проблемы ценообразования на книжную продукцию.
50. Зарубежное сотрудничество в книжном бизнесе. Цели и задачи международных связей и пути их достижения.

## **VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

ПК, проектор, доступ к сети интернет, доступ к ЭБС.

## **VIII. СВЕДЕНИЯ ОБ ОБНОВЛЕНИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

№ п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения