

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 07.09.2022 16:35:29
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

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



УТВЕРЖДАЮ
Руководитель ООП
Редькин В.А.
« 31 » сентября 2017 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Экономика издательского дела

Специальность

52.05.04 «Литературное творчество»

Специализация «Литературный работник»

Для студентов V курса очной формы обучения

Составитель: старший преподаватель, к.филол.н. Косоурова Н.Р.

Тверь, 2017

1. АННОТАЦИЯ

1. Наименование дисциплины (или модуля) в соответствии с учебным планом Экономика издательского дела

2. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) является формирование представлений об организации экономики издательского дела и функционировании основных экономических механизмов управления издательским процессом.

Задачами освоения дисциплины (модуля) являются: сформировать представление об основах организации издательского дела; развить знания студентов о методах подготовки оригиналов к воспроизведению средствами полиграфии; выработать представление об организационных и экономических взаимоотношениях издательств, полиграфпредприятий и предприятий книжной торговли.

3. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к базовой части дисциплин ООП, Модуль 2 дисциплины, формирующие общепрофессиональные компетенции.

Она опирается на следующие курсы: «Экономика» и «Менеджмент в издательском деле», поддерживает курс «Реклама книги». При освоении дисциплины необходимо владеть основным понятийным аппаратом макро- и микроэкономики и знать основы управленческого труда.

4.Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Лек.-22, Пр.-22, СРС-73, контроль -27.

5. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (или модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Способность к работе в многонациональном коллективе, в том числе и над междисциплинарными, инновационными проектами, способность в качестве руководителя подразделения, лидера группы сотрудников формировать цели команды, принимать решения в ситуациях риска, учитывая цену ошибки, вести обучение и оказывать помощь сотрудникам (ОПК-14)	Владеть: навыками управления многонациональной командой в ходе реализации инновационного проекта, в том числе в условиях риска Уметь: управлять командой в ходе реализации инновационного проекта Знать: основы управления издательским делом; процесс принятия и реализации управленческих решений; основные современные тенденции в экономике издательского дела

6. Форма промежуточной аттестации

Экзамен (семестр А (10)). Текущие формы контроля – опрос на практических занятиях, проверка практических заданий и рефератов, тестирование, модульный рейтинг-контроль.

В соответствии с положением о рейтинговой системе обучения студентов ТвГУ (принято на заседании ученого совета ТвГУ протокол №10 от 31.05.2017 года) рейтинг-контроль по дисциплине осуществляется по следующей схеме:

1. За каждое посещенное занятие студент получает 2 балла.
2. За правильно и вовремя выполненное задание 4 балла.
3. Рубежный контроль проводится в установленные сроки. Студентам предлагается выполнить творческие работы по текущим темам, за которые начисляются дополнительные баллы (от 2 до 8).

7. Язык преподавания: русский

II. Содержание дисциплины (или модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

1. для студентов очной формы обучения

Наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические (лабораторные) работы	
Тема 1. Предмет и задачи курса. Организационные и экономические основы издательского дела	8	2	1	5
Тема 2. Организационная структура издательской отрасли	9	1	2	6
Тема 3. Организация работы издательств	8	2	1	5
Тема 4. Редакционно-издательский процесс	8	2	1	5
Тема 5. Взаимоотношения издательства с	10	2	2	6

автором				
Тема 6. Издательская себестоимость	10	2	2	6
Тема 7. Расходы на бумагу и переплетные материалы	7	1	1	5
Тема 8. Издательский маркетинг	9	2	2	5
Тема 9. Продвижение книг на рынок	9	1	2	6
Тема 10. Ценообразование	11	2	2	7
Тема 11. Рекламная кампания издательства и информационное обеспечение книжного рынка	9	2	2	5
Тема 12. Реализация книжной продукции	9	2	2	5
Тема 13. Издательское дело и книжная торговля за рубежом	10	1	2	7
ИТОГО	117	22	22	73
Контроль	27			
	144			

2. для студентов заочной формы обучения

Наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические (лабораторные) работы	
Тема 1. Предмет и задачи курса. Организационные и экономические основы издательского дела	11	1		10
Тема 2. Организационная структура издательской отрасли	10			10

Тема 3. Организация работы издательств	10			10
Тема 4. Редакционно-издательский процесс	11	1		10
Тема 5. Взаимоотношения издательства с автором	10			10
Тема 6. Издательская себестоимость	11	1		10
Тема 7. Расходы на бумагу и переплетные материалы	11	1		10
Тема 8. Издательский маркетинг	10			10
Тема 9. Продвижение книг на рынок	11	1		10
Тема 10. Ценообразование	12			12
Тема 11. Рекламная кампания издательства и информационное обеспечение книжного рынка	11	1		10
Тема 12. Реализация книжной продукции	10			10
Тема 13. Издательское дело и книжная торговля за рубежом	12		2	10
ИТОГО	140	6	2	132
КОНТРОЛЬ	4			
ВСЕГО	144			

III Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (или модулю)

Тема 1. Предмет и задачи курса. Организационные и экономические основы издательского дела

Издательская деятельность, понятие издательства и издающей организации. Законы, регламентирующие издательскую деятельность. Обязанности и права издательства. Нормативная база издательской деятельности.

Тема 2. Организационная структура издательской отрасли

Федеральные органы управления. Государственные издательства. Государственные полиграфические и книготорговые предприятия. Библиографическое, статистическое и информационное обслуживание книгоиздания. Отраслевая структура книгоиздания. Классификация издательств. Государственная поддержка книгоиздания в России.

Тема 3. Организация работы издательств

Основные части и отделы издательства. Руководство издательством. Редакционная часть. Производственные службы. Подготовка оригинал-макета. Художественное оформление изданий. Обслуживающие отделы. Юридическая служба. Издательский маркетинг. Реализация продукции.

Тема 4. Редакционно-издательский процесс

Сущность и содержание редакционно-издательского процесса. Заключение договора с автором. Прием издательством произведения автора. Оценка содержания авторского оригинала и его одобрение. Редактирование. Художественно-техническое оформление издания. Издательский оригинал. Издательская корректура.

Тема 5. Взаимоотношения издательства с автором

Основные положения авторского права и типовых авторских договоров. Договор на литературное произведение. Договор на произведения изобразительного искусства. Переиздания. Переводная книга. Издательский портфель. Нарушение авторских прав. Иски по поводу нарушения авторских прав.

Тема 6. Издательская себестоимость

Общие понятия прибыли и себестоимости. Структура себестоимости издательской продукции. Объем и оформление издания. Тираж издания. Постоянные и переменные расходы. Прямые и косвенные затраты. Типовые задачи управления прибылью издания. Непроизводительные расходы.

Тема 7. Расходы на бумагу и переплетные материалы

Основные виды бумаги, характеристика свойств и область применения. Качество бумаги. Выбор бумаги для основной части издания и для обложки. Расчет количества бумаги на издание исходя из нормативов расходования. Основные типы обложек и переплетов и их применение. Переплетные покровные материалы. Переплетный картон. Материалы для отделки переплетов. Выбор поставщиков.

Тема 8. Издательский маркетинг

Маркетинговая деятельность издательства. Базовые концепции маркетинга. Функциональные концепции маркетинга. Структура и содержание маркетинговой концепции. Инструментарий маркетинга. Изучение спроса на рынке. Конкурентная ситуация и конкуренты на рынке книг.

Тема 9. Продвижение книг на рынок

Типовые решения распространения книг на рынке. Методы реализации книг. Выбор партнера при реализации книг. Формирование дилерской сети. Многоуровневый маркетинг.

Тема 10. Ценообразование

Отпускная цена издательства. Определение уровня розничных цен. Ценовая политика и объемы тиражей. Факторы, влияющие на уровень оптовой цены книги издательства. Переговоры о ценах на книгу.

Тема 11. Рекламная кампания издательства и информационное обеспечение книжного рынка

Роль рекламы в издательской деятельности. Программа рекламной кампании и ее результат. Расчет бюджета рекламы. Тематическое планирование. Отраслевые средства информации. Каталоги, буклеты, бюллетени, листовки, плакаты. Телевидение и радио. Адресная рассылка.

Тема 12. Реализация книжной продукции

Книжный рынок России. Оптовая книжная торговля. Книжные ярмарки. Розничная книжная торговля. Книжные магазины. «Книга – почтой». Издательские книготорговые структуры. Прямые продажи. Особенности распространения отдельных видов книжной продукции. Комплектование библиотек. Скидки и наценки в книжной торговле.

Тема 13. Издательское дело и книжная торговля за рубежом

Особенности работы с зарубежными партнерами. Общие принципы функционирования книгоиздания за рубежом. Общие принципы функционирования книжной торговли за рубежом. Цены и ценовая политика.

1. Текущий контроль успеваемости

Практическая работа 1-2.

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.

Литература

1. Кузнецов Б.А. Экономика и организация издательской деятельности. – М.: АСТ: Астрель, 2006. – С. 15-45.

Практическая работа 3.

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.

Литература

1. Кузнецов Б.А. Указ.соч. С. 68-90.

Практическая работа 4-5.

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.

Литература

1. Кузнецов Б.А. Указ.соч. С. 91-136.

Практическая работа 6.

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.

Литература

1. Кузнецов Б.А. Указ.соч. С. 155-178.
2. Энциклопедия книжного дела / Ю.Ф. Майсурадзе, А.Э. Мильчин, Н.П. Маковеев и др. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Юристъ, 2004. – С. 112-138.

Практическая работа 7.

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

Литература

1. Кузнецов Б.А. Указ.соч. С. 180-194.
2. Энциклопедия книжного дела / Ю.Ф. Майсурадзе, А.Э. Мильчин, Н.П. Маковеев и др. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Юристь, 2004. – С. 272-286, 291-314.

Практическая работа 8.

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.

Литература

1. Кузнецов Б.А. Указ.соч. С. 195-205.
2. Пикок Дж. Издательское дело. – М.: Издательство ЭКОМ, 2002. – С. 257-298, 313-352.
3. Энциклопедия книжного дела / Ю.Ф. Майсурадзе, А.Э. Мильчин, Н.П. Маковеев и др. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Юристь, 2004. – С. 219-247, 291-314.

Практическая работа 9.

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. Самообучение менеджера по продажам.
11. Многоуровневый маркетинг.
12. Выбор партнера при реализации товара. Конструирование системы дилеров.
13. Система оценки затрат и доходов.

Литература

1. Кузнецов Б.А. Указ.соч. С. 207-221.

2. Энциклопедия книжного дела / Ю.Ф. Майсурадзе, А.Э. Мильчин, Н.П. Маковеев и др. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Юристъ, 2004. – С. 461-483.

Практическая работа 10.

1. Понятие рекламы и ее содержание.
2. Виды рекламы: торговая, потребительская, кооперативная, сейлзпромоушн.
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

Литература

1. Кузнецов Б.А. Указ.соч. С. 222-238.
2. Энциклопедия книжного дела / Ю.Ф. Майсурадзе, А.Э. Мильчин, Н.П. Маковеев и др. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Юристъ, 2004. – С. 497-533.

Практическая работа 11.

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.

Литература

1. Кузнецов Б.А. Указ.соч. С. 240-256.

2. Энциклопедия книжного дела / Ю.Ф. Майсурадзе, А.Э. Мильчин, Н.П. Маковеев и др. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Юристь, 2004. – С. 484-496.

Практическая работа 12.

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.

Литература

1. Кузнецов Б.А. Указ.соч. С. 286-292, 296-300.
2. Энциклопедия книжного дела / Ю.Ф. Майсурадзе, А.Э. Мильчин, Н.П. Маковеев и др. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Юристь, 2004. – С. 561-579.

Практическая работа 13.

1. Способы информирования книжной торговли о продукции издательств: издательские каталоги, текущая книготорговая библиография, национальные указатели Booksinprint, 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.

Литература

1. Кузнецов Б.А. Указ.соч. С. 292-296.
2. Энциклопедия книжного дела / Ю.Ф. Майсурадзе, А.Э. Мильчин, Н.П. Маковеев и др. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Юристь, 2004. – С. 580-591.

2. Промежуточная аттестация

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, сейлзпромоушн.
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 «BooksinPrint», 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.

3. Рубежный контроль

Рубежный контроль рекомендуется проводить в форме теста.

Тест 1:

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:

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.

IV. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (или модулю)

1. Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции ОПК-14 (Способность к работе в многонациональном коллективе, в том числе и над междисциплинарными, инновационными проектами, способность в качестве руководителя подразделения, лидера группы сотрудников формировать цели команды, принимать решения в ситуациях риска, учитывая цену ошибки, вести обучение и оказывать помощь сотрудникам)

Этап формирования компетенции, в котором участвует дисциплина	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
Заключительный владеть	Оцените эффективность приведенной организационной структуры предприятия, предложите варианты оптимизации	Произведена верная оценка эффективности, сделан вывод – 2 балла. Предложен вариант оптимизации структуры – 3 балла.
Заключительный уметь	Проведите сравнительный анализ результатов экономической деятельности двух издательств на основе данных таблицы	Правильно сделан анализ, выявлены положительные и отрицательные результаты – 4 балла. Сделаны выводы и рекомендации для повышения прибыли и рентабельности – 5 баллов.
Заключительный знать	Впишите термин на основе приведенного определения: Результат анализа, прогнозирования, оптимизации, экономического обоснования и выбора альтернативы из множества вариантов достижения конкретной цели – это...	Высокий, достаточно высокий уровень: Вписан верный ответ – 2 балла Недостаточный уровень: Не вписан правильный ответ или вписан неправильный ответ – 0 баллов.

V. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой

для освоения дисциплины (или модуля)

а) Основная литература:

1. Микроэкономика: краткий курс / . - Москва : РИПОЛ классик, 2015. - 129 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480897>
2. Рой О.М. Рынок книжной продукции как полигон формирования новой экономики // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2014. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-knizhnoy-produktsii-kak-poligon-formirovaniya-novoy-ekonomiki>
3. Сажина М.А. Экономическая теория [Электр. ресурс]: учебник /М.А. Сажина, Г.Г. Чибриков. – 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИД «Форум»: Инфра-М, 2017. 608 с. Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=792660>

а) Дополнительная литература:

1. Общая экономическая теория [Электр. ресурс]: учебник /А.Ю. Воронин; под общ. Ред. А.Ю. Воронина. М.: НИЦ Инфра-М, 2014. 518 с. (Высшее образование: Бакалавриат). Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=430612>
2. Цветкова В.А., Зиновьева Е.Д., Силко А.В. Проблемы распространения электронных и печатных изданий. Общее и особенное (на примере ВИНТИ) // ОТО. 2006. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problems-rasprostraneniya-elektronnyh-i-pechatnyh-izdaniy-obshchee-i-osobennoe-na-primere-viniti>

VI. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (или модуля)

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 (или модуля)

Порядок подготовки к семинарскому занятию

Порядок подготовки к семинарскому занятию включает несколько этапов.

Во-первых, необходимо внимательно изучить все вопросы и задания, выносимые на обсуждение. Как правило, это 2-3 вопроса.

Во-вторых, подобрать необходимую литературу, используя список, предложенный к данной теме, а также литературу, которую преподаватель может рекомендовать дополнительно (журнальные статьи, научные сборники).

В-третьих, составить конспект ответа на каждый вопрос. Конспект составляется в свободной форме. Однако рекомендуется оставлять рабочие поля для дополнений, замечаний и др.

Последний этап состоит в проверке уровня своей подготовки, используя, где возможно, вопросы для самопроверки.

• Требования к рейтинг-контролю.

В соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения студентов ТвГУ (принято на заседании ученого совета ТвГУ протокол №10 от 31.05.2017 г.) рейтинг-контроль по дисциплине осуществляется по следующей схеме:

Общее количество баллов, которое студент может получить в рамках данной дисциплины – 100. Из них 60 приходится на аудиторские занятия и 40 на экзаменационный ответ. Рейтинг-контроль рекомендуется проводить в комплексной форме: тест (10 вопросов – от 5 до 10 баллов) и/или развернутый письменный ответ на вопрос (5 вопросов – от 5 до 10 баллов). Если в контрольную работу включается типовая задача (по образцу, разобранным на практических занятиях), количество тестовых вопросов или письменных заданий пропорционально уменьшается.

VIII. Перечень педагогических и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (или модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (по необходимости)

Лекция традиционная и проблемная, семинар, коллоквиум, собеседование, чтение лекций с использованием слайд-презентаций, организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, подготовка проектов с использованием электронного офиса

IX. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (или модулю)

Лекционные аудитории, компьютерный класс, подключение к сети Интернет.

X. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины (или модуля)

№п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины (модуля)	Описание внесенных изменений	Дата и протокол заседания кафедры, утвердившего изменения