

Частное образовательное учреждение высшего образования  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ  
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры рекламы и  
связей с общественностью  
Протокол № 10 от 30.05.2023 г.

Первый проректор  
С.В. Авдашкевич  
28.06.2023

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.07 Теория и практика распространения издательской деятельности
Направление подготовки:	42.03.03 Издательское дело
Направленность (профиль):	Издание печатных и электронных средств массовой информации
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная
Разработчики:	Кандидат педагогических наук, доцент Юмашева И. А.

Санкт-Петербург  
2023

## 1. Цели и задачи дисциплины:

### *Цель освоения дисциплины:*

Формирование знания теории распространения издательской продукции, умения использовать новые формы и методы товаропродвижения издательской продукции в различных каналах распространения. В программе курса учтена специфика предстоящей профессиональной деятельности студентов.

### *Задачи дисциплины:*

Дать базовую информацию о технологиях распространения издательской продукции, сформировать основные навыки оптимизации технологических процессов в различных каналах распространения издательской продукции;

Изучить новейшие методы продвижения издательской продукции на потребительском рынке;

Ознакомиться с основными тенденциями и перспективами развития мирового и отечественного рынка издательской продукции;

Научиться использовать новейшие методы распространения с учетом специфики каналов товародвижения.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-1 Способен осуществлять редакторскую деятельность печатных и электронных изданий в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных медиа	ПК-1.1 Знает основные источники необходимой информации, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами, использование интернет-ресурсов), историю России, основы международной политики, основы редакторской деятельности разных типов изданий, профессиональную журналистскую этику, технику редакторского анализа текста, правила и нормы современного русского литературного языка, задачи и методы, технологии и технику создания журналистских публикаций, их содержательную и структурно-композиционную специфику, методы и технологии подготовки медиапродукта в разных форматах (текст, аудио, видео, фото, графика), методы применения цифровых технологий в печати, в интернет-СМИ, законодательство Российской Федерации об авторском праве, правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.	11.006 Профессиональный стандарт «Редактор средств массовой информации»
	ПК-1.2 Умеет осуществлять выбор темы публикации, в том числе поиск и оценку информационных поводов, определять круг освещаемых проблем, формулировать задания корреспондентам и авторам по выбору тем и поиску информации для публикаций и подготовке материалов в соответствии с заранее заданной темой.	

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
	<p>ПК-1.3 Способен выполнять отбор авторских материалов для публикации, в том числе ознакамливаться с материалами, предоставляемыми авторами, оценивать компетентности авторов и качество предоставляемых материалов, проверять актуальность и достоверность предоставляемой авторами информации, анализировать содержание материалов и способов их использования в проекте печатного или электронного СМИ, принимать решения о размещении публикации.</p> <p>ПК-1.4 Способен осуществлять редактирование материалов, предоставляемых авторами для печатных и электронных изданий, в том числе анализировать структуру и содержание авторских материалов, приводить материал в соответствии с требованиями различных медиа, работать над контекстом, орфографией и стилем предоставленных авторских материалов, работать с фото, видео, аудиоинформацией, согласовывать рекомендуемые поправки с авторами.</p>	
<p>ПК-3 Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта печатных и электронных изданий, в том числе осуществлять художественно-техническую разработку дизайн-проектов</p>	<p>ПК-3.1 Знает задачи и методы, технологию и технику создания журналистских публикаций, их содержательную и структурно-композиционную специфику, основные жанры журналистики, их стилистические особенности, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами), профессиональную журналистскую этику, правила и нормы современного русского литературного языка, основы редакторской деятельности разных типов изданий.</p> <p>ПК-3.2 Осуществляет разработку дизайн-макета печатных и электронных изданий, в том числе объектов визуальной информации, включая изучение необходимой информации, ее идентификации и коммуникации, определяет композиционные приемы и стилистические особенности.</p> <p>ПК-3.3 Способен выполнять согласование дизайн-макета печатных и электронных изданий, в том числе объектов визуальной информации, с заказчиком и руководством.</p> <p>ПК-3.4 Способен осуществлять подготовку графических материалов для передачи в производство.</p>	<p>11.006 Профессиональный стандарт «Редактор средств массовой информации»</p>

<b>Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
<p>ПК-1.1. Знает основные источники необходимой информации, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами, использование интернет-ресурсов), историю России, основы международной политики, основы редакторской деятельности разных типов изданий, профессиональную журналистскую этику, технику редакторского анализа текста, правила и нормы современного русского литературного языка, задачи и методы, технологии и технику создания журналистских публикаций, их содержательную и структурно-композиционную специфику, методы и технологии подготовки медиапродукта в разных форматах (текст, аудио, видео, фото, графика), методы применения цифровых технологий в печати, в интернет-СМИ, законодательство Российской Федерации об авторском праве, правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.</p>	<p>Знает правила и нормы современного русского литературного языка, задачи и методы, технологии и технику создания журналистских публикаций, их содержательную и структурно-композиционную специфику, знает основные источники необходимой информации, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора, знает принципы работы с документами, использует интернет-ресурсы, применяет методы цифровых технологий в печати, в интернет-СМИ, знает необходимые статьи законодательства Российской Федерации об авторском праве.</p>
<p>ПК-1.2. Умеет осуществлять выбор темы публикации, в том числе поиск и оценку информационных поводов, определять круг освещаемых проблем, формулировать задания корреспондентам и авторам по выбору тем и поиску информации для публикаций и подготовке материалов в соответствии с заранее заданной темой.</p>	<p>Осуществляет выбор темы публикации, в том числе поиск и оценку информационных поводов, определяет круг освещаемых проблем, формулирует задания корреспонденту и авторам по выбору тем и поиску информации для публикаций и подготовке материалов в соответствии с заранее заданной темой.</p>
<p>ПК-1.3. Способен выполнять отбор авторских материалов для публикации, в том числе ознакамливаться с материалами, предоставляемыми авторами, оценивать компетентности авторов и качество предоставляемых материалов, проверять актуальность и достоверность предоставляемой авторами информации, анализировать содержание материалов и способов их использования в проекте печатного или электронного СМИ, принимать решения о размещении публикации.</p>	<p>Отбирает авторские материалы для публикации, в том числе анализирует материалы, предоставляемые авторами, оценивает компетентность авторов и качество предоставляемых материалов, проверяет актуальность и достоверность предоставляемой авторами информации.</p>
<p>ПК-1.4. Способен осуществлять редактирование материалов, предоставляемых авторами для печатных и электронных изданий, в том числе анализировать структуру и содержание авторских материалов, приводить материал в соответствии с требованиями различных медиа, работать над контекстом, орфографией и стилем предоставленных авторских материалов, работать с фото, видео, аудиоинформацией, согласовывать рекомендуемые поправки с авторами.</p>	<p>Осуществляет анализ материалов, предоставляемых для публикации, в том числе анализирует материалы, предоставляемые авторами, оценивает компетентность авторов и качество предоставляемых материалов, проверяет актуальность и достоверность предоставляемой авторами информации, в том числе анализирует структуру и содержание авторских материалов, приводит материал в соответствии с требованиями различных медиа, работает над стилем предоставленных материалов, работает с фото, видео, согласовывает рекомендуемые поправки с авторами.</p>
<p>ПК-3.1. Знает задачи и методы, технологию и технику создания журналистских публикаций, их содержательную и структурно-композиционную специфику, основные жанры журналистики, их стилистические особенности, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами), профессиональную журналистскую этику, правила и нормы современного русского литературного языка, основы редакторской деятельности разных типов изданий.</p>	<p>Знает основы редакторской деятельности разных типов изданий, задачи и методы, технологию и технику создания журналистских публикаций, их содержательную и структурно-композиционную специфику, знает стилистические особенности, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами), соблюдает профессиональную журналистскую этику.</p>

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3.2. Осуществляет разработку дизайн-макета печатных и электронных изданий, в том числе объектов визуальной информации, включая изучение необходимой информации, ее идентификации и коммуникации, определяет композиционные приемы и стилистические особенности.	Разрабатывает дизайн-макет печатных и электронных изданий, в том числе объектов визуальной информации, включая изучение необходимой информации, ее идентификации и коммуникации, определяет композиционные приемы и стилистические особенности изданий.
ПК-3.3. Способен выполнять согласование дизайн-макета печатных и электронных изданий, в том числе объектов визуальной информации, с заказчиком и руководством.	Выполняет согласование дизайн-макета печатных и электронных изданий, в том числе объектов визуальной информации, с заказчиком и руководством.
ПК-3.4. Способен осуществлять подготовку графических материалов для передачи в производство.	Для передачи в производство осуществляет подготовку графических материалов.

### 3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-1.1 ПК-3.1	ПК-1.2 ПК-3.2	ПК-1.3 ПК-1.4 ПК-3.3 ПК-3.4
1	Теоретические основы распространения книгоиздательской продукции	ПК-1 ПК-3	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
2	Организация (логистика) процессов книгораспространения и информационные системы	ПК-1 ПК-3	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
3	Управление товарными потоками	ПК-1 ПК-3	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)
4	Планировка, дизайн магазина способы представления товаров	ПК-1 ПК-3	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)
5	Процесс продажи книжных товаров в розницу	ПК-1 ПК-3	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №3 (20)
6	Внемагазинная торговля	ПК-1 ПК-3	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №3 (20)
<b>Количество баллов (100 баллов):</b>			100		

**Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа**

**Тема 1: Теоретические основы распространения книгоиздательской продукции**

Объект, предмет и методы дисциплины. Значение дисциплины в профессиональной подготовке специалистов книготоргового бизнеса. Участники книготоргового бизнеса: субъекты, конкуренты, покупатели, среда. Классификация субъектов книготоргового бизнеса по роли в каналах распределения: понятия оптовой и розничной торговли. Функции оптовых и розничных книготорговцев. Дифференциация субъектов книготоргового бизнеса по элементам торговли - микс (типы и виды товара; разнообразие и ассортимент; уровень сервиса, предоставляемого покупателям; цена товара); формам собственности (независимые учреждения; корпоративные сети; организации, использующие франшизу). Организации и системы в сфере книгораспространения. Дистрибьюторские системы и их основные элементы. Знание основных определений; ключевых участников книжного бизнеса; видов и функций книготорговых организаций; форм распространения печатной продукции; технологии книгораспространения; подходов к построению технологического процесса книгораспространения.

**Практические занятия/самостоятельная работа:**

Традиционные и новые формы книгораспространения. Карьера в сфере книжного бизнеса: возможности для менеджмента; создание собственного бизнеса. Понятие технологии книгораспространения (распределительная логистика и продвижение книжных товаров в розничной торговле). Понятие технологического процесса книгораспространения как функции маркетинговой стратегии фирмы. Типовая структура технологического процесса предприятия книгораспространения. Традиционный и логистический подход к построению технологического процесса книгораспространения. Проблема и методы автоматической идентификации книжных товаров.

**Лабораторная работа: -**

**Тема 2: Организация (логистика) процессов книгораспространения и информационные системы**

Системный подход и моделирование в управлении организационных систем. Организации как системы. Структуры систем: организационные, административные, информационные. Моделирование технологических процессов. Проблемы построения организационной структуры предприятия книгораспространения (децентрализованные, централизованные, плоские организации, делегирование полномочий). Информационные системы и системы распределения. Физические потоки товаров и проблема их управления

**Практические занятия/самостоятельная работа:**

Распределительные центры. Управление входящими потоками. Прием и проверка товаров. Хранение товаров. Идентификация товаров и подготовка их к продаже. Этикетки и маркировка. Универсальные штрих-коды (УШК). Упаковка товаров. Обработка заказов. Управление исходящими потоками. Документооборот на предприятии. Виды и назначения документов, порядок их составления. Организация транспортно-экспедиционных операций. Методы управления товарными запасами (ABC-анализ, XYZ-анализ). Понятие «время ожидания». Оптимизация материальных и информационных потоков. Внедрение комплексных систем транспортировки, приема, хранения, подготовки к продаже товаров и обработки заказов. Основные элементы компьютерных информационных систем. Проблемы механизации и автоматизации в построении книготорговых технологий и пути их решения

**Лабораторная работа: -**

**Тема 3: Управление товарными потоками**

Организация процессов закупок. Группы товаров. Товарные категории. Товарные единицы, баланс запасов. Разнообразие, ассортимент, уровень сервиса. Построение баланса запасов. Жизненный цикл товарной категории. Бюджетный план. Метод открытых заказов. Распределение товаров по точкам. Типы поставщиков. Организация работы с поставщиками. Правовые и этические аспекты процесса закупок. Эксклюзивные территории. Эксклюзивное дилерство. Контракт на продажу с принудительным ассортиментом. Отказ от сделок. Двойное распределение.

**Практические занятия/самостоятельная работа:**

Организация процессов закупок. Группы товаров. Товарные категории. Товарные единицы, баланс запасов. Разнообразие, ассортимент, уровень сервиса. Построение баланса запасов. Жизненный цикл товарной категории. Бюджетный план. Метод открытых заказов. Распределение товаров по точкам. Типы поставщиков. Организация работы с поставщиками. Правовые и этические аспекты процесса закупок. Эксклюзивные территории. Эксклюзивное дилерство. Контракт на продажу с принудительным ассортиментом. Отказ от сделок. Двойное распределение.

**Лабораторная работа: -**

**Тема 4: Планировка, дизайн магазина способы представления товаров**

Планировка магазина. Типы планировки: «решетка», «трек», произвольная планировка. Размещение товаров. Книготорговое оборудование: прилавки, концевые стойки, рекламные прилавки и стеллажи, отдельно стоящие конструкции. Распределение торговых площадей. Способы представления товара: идейное представление, группировка по разделам ассортимента, выравнивание цен, вертикальное представление, объемное представление, фронтальное представление. Электронное представление товара. Атмосфера магазина. Визуальные компоненты. Освещение. Цвет. Музыка.

**Практические занятия/самостоятельная работа:**

<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа</b>
<p>Планировка магазина. Типы планировки: «решетка», «трек», произвольная планировка. Размещение товаров. Книготорговое оборудование: прилавки, концевые стойки, рекламные прилавки и стеллажи, отдельно стоящие конструкции. Распределение торговых площадей. Способы представления товара: идейное представление, группировка по разделам ассортимента, выравнивание цен, вертикальное представление, объемное представление, фронтальное представление. Электронное представление товара. Атмосфера магазина. Визуальные компоненты. Освещение. Цвет. Музыка.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 5:</b> Процесс продажи книжных товаров в розницу</p> <p>Понятие и составные элементы процесса продажи. Методы продажи и их классификация. Подход к покупателю. Информация о товаре. Демонстрация товара. Преодоление возражений. Заключение сделки. Обслуживание покупателей. Покупательский сервис. Книготорговые услуги. Этапы улучшения обслуживания покупателей. Правила обслуживания покупателей.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b></p> <p>Понятие и составные элементы процесса продажи. Методы продажи и их классификация. Подход к покупателю. Информация о товаре. Демонстрация товара. Преодоление возражений. Заключение сделки. Обслуживание покупателей. Покупательский сервис. Книготорговые услуги. Этапы улучшения обслуживания покупателей. Правила обслуживания покупателей.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 6:</b> Внемагазинная торговля</p> <p>Характеристика основных форм внемагазинной торговли и перспективы их развития. Прямая торговля по каталогам. Телевизионная торговля. Продажи в сети Интернет. Личные продажи, в том числе многоуровневые торговые сети. Торговые автоматы. Книжные клубы и их особенности</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b></p> <p>Характеристика основных форм внемагазинной торговли и перспективы их развития. Прямая торговля по каталогам. Телевизионная торговля. Продажи в сети Интернет. Личные продажи, в том числе многоуровневые торговые сети. Торговые автоматы. Книжные клубы и их особенности</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Курсовая работа:</b> не предусмотрено учебным планом</p>

### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 5
Аудиторные занятия (АЗ):	54	54
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	36	36
Самостоятельная работа студента (СР)	58	58
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	58	58
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	59	59
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	27	27
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

\* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий					
			Лек	Пр	Лаб			
1	Теоретические основы распространения книгоиздательской продукции	5	2	6	0	9	6	
2	Организация (логистика) процессов книгораспространения и информационные системы	5	2	6	0	9	6	
3	Управление товарными потоками	5	2	6	0	10	6	
4	Планировка, дизайн магазина способы представления товаров	5	4	6	0	10	6	

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
5	Процесс продажи книжных товаров в розницу	5	4	6	0	10	6
6	Внемагазинная торговля	5	4	6	0	10	6
Итого:			18	36	0	58	36

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### *Заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 6
Аудиторные занятия (АЗ):	10	10
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	6	6
Самостоятельная работа студента (СР)	119	119
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	119	119
Контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6
Контактная работа (КоР)	16	16
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	9	9
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

\* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Теоретические основы распространения книгоиздательской продукции	6	2	0	0	19	6
2	Организация (логистика) процессов книгораспространения и информационные системы	6	0	2	0	20	6
3	Управление товарными потоками	6	2	0	0	20	6
4	Планировка, дизайн магазина способы представления товаров	6	0	0	0	20	6
5	Процесс продажи книжных товаров в розницу	6	0	2	0	20	6
6	Внемагазинная торговля	6	0	2	0	20	6
Итого:			4	6	0	119	36

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### 4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

#### 5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

*Основная литература:*

1. ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Учебник и практикум для вузов / Чеберко Е. Ф. - Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург)., 2022 г. - 219 с. - ISBN 978-5-534-03107-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-predprinimatelskoy-deyatelnosti-490497>



**2. ИСТОРИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КНИЖНОМ ДЕЛЕ** 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Куприянова Т. Г. - Московский политехнический университет (г. Москва), 2022 г. - 295 с. - ISBN 978-5-534-14088-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/istoriya-predprinimatelstva-v-knizhnom-dele-496795>

**3. ТЕОРИЯ ИНФОРМАЦИИ. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА.** Учебное пособие для вузов / Шапцев В. А., Бидуля Ю. В. - Тюменский государственный университет (г. Тюмень), 2022 г. - 177 с. - ISBN 978-5-534-02989-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/teoriya-informacii-teoreticheskie-osnovy-sozdaniya-informacionnogo-obschestva-490739>

*Дополнительная литература:*

**1. ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ.** Учебник и практикум для вузов / Жернакова М. Б., Румянцева И. А. - Государственный университет управления (г. Москва), 2022 г. - 370 с. - ISBN 978-5-534-00331-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/delovye-kommunikacii-488972>

**2. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ В ПОЛИГРАФИИ** 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Зельдович Б. З., Сперанская Н. М. - Московский политехнический университет (г. Москва), 2022 г. - 201 с. - ISBN 978-5-534-11730-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/upravlencheskie-resheniya-v-poligrafii-495846>

**3. НАСТОЛЬНАЯ КНИГА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ.** Практическое пособие / Боброва О. С., Цыбуков С. И., Бобров И. А. - Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург), 2022 г. - 330 с. - ISBN 978-5-534-00093-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/nastolnaya-kniga-predprinimatelya-490439>

**6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения**

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

**7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины**

1. [ibooks.ru](https://ibooks.ru) : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПБУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: [agch.neicon.ru](http://agch.neicon.ru). - Текст: электронный

6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. Большой полиграфический словарь [Электронный ресурс] : информационная справочная

---

система . - Режим доступа: <http://www.pushel.ru/polyslovar>. - Текст: электронный

9. it-world.ru [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.it-world.ru>. - Текст: электронный

10. Sostav: реклама, маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.sostav.ru>. - Текст: электронный

11. AdIndex.ru: реклама и маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://adindex.ru>. - Текст: электронный

12. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям: профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://archive.government.ru/power/66/>. - Текст: электронный

13. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный

14. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://rkn.gov.ru>. - Текст: электронный

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

3. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета [imeos.ru](http://imeos.ru) и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

## **9. Оценочные материалы по дисциплине**

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-

**рейтинговая система.**

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

**Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки**

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет				
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

**Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой**

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

**9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля**

**Доклад, сообщение/Реферат №1**

1. Участники книготоргового бизнеса: субъекты, конкуренты, покупатели, среда.
2. Классификация субъектов книготоргового бизнеса по роли в каналах распределения: понятия оптовой и розничной торговли.
3. Функции оптовых и розничных книготорговцев.
4. Дифференциация субъектов книготоргового бизнеса по элементам торговли - микс (типы и виды товара; разнообразие и ассортимент; уровень сервиса, предоставляемого покупателям; цена товара); формам собственности (независимые учреждения; корпоративные сети; организации, использующие франшизу).
5. Организации и системы в сфере книгораспространения.
6. Дистрибьюторские системы и их основные элементы.

**Собеседование, опрос/Контрольная работа №1**

1. Системный подход и моделирование в управлении организационных систем. Организации как системы. Структуры систем: организационные, административные, информационные.
2. Моделирование технологических процессов. Проблемы построения организационной структуры предприятия книгораспространения (децентрализованные, централизованные, плоские организации, делегирование полномочий).
3. Информационные системы и системы распределения. Физические потоки товаров и

проблема их управления.

### **Задания творческого уровня №1**

Разработать планировку магазина. Указать:

Типы планировки. Размещение товаров. Книготорговое оборудование: прилавки, концевые стойки, рекламные прилавки и стеллажи, отдельно стоящие конструкции. Стены, горки, гондолы. (Представить на листе А4 схематично ответ на данный вопрос)

### **Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1**

1. Организация процессов закупок. Группы товаров. Товарные категории. Товарные единицы, баланс запасов.
2. Разнообразие, ассортимент, уровень сервиса. Построение баланса запасов.
3. Жизненный цикл товарной категории.
4. Бюджетный план. Метод открытых заказов. Распределение товаров по точкам. Типы поставщиков. Организация работы с поставщиками.
5. Правовые и этические аспекты процесса закупок. Эксклюзивные территории. Эксклюзивное дилерство. Контракт на продажу с принудительным ассортиментом. Отказ от сделок. Двойное распределение

### **Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2**

1. Планировка магазина. Типы планировки: «решетка», «трек», произвольная планировка. Размещение товаров.
2. Книготорговое оборудование: прилавки, концевые стойки, рекламные прилавки и стеллажи, отдельно стоящие конструкции. Распределение торговых площадей.
3. Способы представления товара: идейное представление, группировка по разделам ассортимента, выравнивание цен, вертикальное представление, объемное представление, фронтальное представление.
4. Электронное представление товара. Атмосфера магазина. Визуальные компоненты. Освещение. Цвет. Музыка

### **Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №3**

1. Понятие и составные элементы процесса продажи.
2. Методы продажи и их классификация. Подход к покупателю. Информация о товаре. Демонстрация товара.
3. Преодоление возражений. Заключение сделки. Обслуживание покупателей.
4. Покупательский сервис. Книготорговые услуги.
5. Этапы улучшения обслуживания покупателей. Правила обслуживания покупателей
6. Характеристика основных форм внемагазинной торговли и перспективы их развития. Прямая торговля по каталогам.
7. Телевизионная торговля.
8. Продажи в сети Интернет.
9. Личные продажи, в том числе многоуровневые торговые сети.
10. Торговые автоматы.

## 11. Книжные клубы и их особенности

### 9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

### 9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: экзамен

#### Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос №1)

1. Цели и задачи коммерческого предпринимательства. Функции и виды торговли.
2. Маркетинговая среда книготоргового бизнеса.
3. Классификация субъектов книготоргового бизнеса по роли в каналах распределения.
4. Дифференциация субъектов книготоргового бизнеса по формам собственности.
5. Этапы и процедуры исследования рынков распространения издательской продукции.
6. Традиционные и новые формы книгораспространения.
7. Технология и технологический процесс (традиционный и логистический подходы) книгораспространения.
8. Проблемы построения организационной структуры предприятия книгораспространения.
9. Система мотивации персонала в торговле.
10. Управление входящими потоками на предприятии торговли.
11. Этикетки и маркировка. Универсальные штрих-коды (УШК). Упаковка товаров.
12. Управление исходящими потоками.
13. Документооборот на предприятии книгораспространения. Виды, назначение документов и порядок их составления.
14. Методы управления товарными запасами.
15. Организация процессов закупок.
16. Оптовая сеть. Формы организации оптовиков.
17. Структура и функции оптовой торговли.
18. Особенности управления ассортиментом оптовой торговли.
19. Специфика оптовых потребителей печатной продукции.
20. Методы взаимодействия издательства с оптовыми потребителями.
21. Структура и функции розничной торговли.
22. Формы организации розничной торговли.
23. Методы взаимодействия издательства с розничной сетью.
24. Особенности управления ассортиментом розничного предприятия.
25. Жизненный цикл печатной продукции.
26. Особенности маркетинга в сфере оптовой торговли.
27. Особенности маркетинга в сфере розничной торговли.

#### Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос №2)

1. Опишите систему основных показателей деятельности оптовых предприятий.
2. Опишите систему оценочных показателей деятельности торговых предприятий.
3. Опишите суть методики формирования механизма рейтинговой оценки деятельности структурных подразделений торговых предприятий.

4. Из чего складываются доходы от оптовой деятельности предприятия?

5. Что можно отнести к показателям, характеризующим товарооборот оптового предприятия?

6. Какие основные группы доходов включает валовой доход оптового предприятия?

7. Системой каких показателей представлены издержки обращения?

8. Что может выступать финансовым результатом деятельности торгового предприятия? Дайте характеристику этим финансовым результатам.

9. Какие категории может иметь эффект деятельности торгового предприятия и его структурных подразделений?

10. Охарактеризуйте эффективность с общественной точки зрения.

11. Перечислите общие и специальные показатели оценки деятельности торгового предприятия.

12. Укажите, каким методам определения и удовлетворения целевого рынка соответствуют изображения рис. 1.

Методы:

а) массовый маркетинг;

б) сегментация рынка;

в) множественная сегментация.

*Рис. 1. Методы определения и удовлетворения целевого рынка*

13. Вы владелец фирмы. На рис. 2. показаны два рыночных сегмента. Вы хотите проникнуть на рынок. Какому сегменту вы отдадите предпочтение?

*Рис. 2. Рыночные сегменты*

14. Заполните в нужном порядке представленную блок-схему сегментационного подхода (рис. 3).

1. Выбор потребительского сегмента.

2. Создание соответствующего плана маркетинга.

3. Определение характеристик и требования потребителей в отношении товаров и услуг, предлагаемых компанией.

4. Разработка профилей групп потребителя.

5. Анализ сходства и различия потребителей.

6. Определение места предложения компании на рынке относительно конкуренции.

?	è	?	è	?	è	?	è	?
---	---	---	---	---	---	---	---	---

*Рис. 3. Блок-схема сегментационного подхода*

15. Заполните схему сегментации рынка, используя приведенные ниже составляющие схемы (рис. 4):

1. Возраст.

2. Стиль жизни.

3. Регион.

4. Пол.
5. Личные качества (индивидуализм или групповая мотивация).
6. Уровень дохода.
7. Город или сельская местность.
8. Размер семьи.
9. Степень нуждаемости в продукте.
10. Плотность населения.
11. Профессия.
12. Численность населения.
13. Климат.
14. Поиск выгод при покупке изделия.

Демографическая		Потенциальные рынки		Психографическая
?	è		ç	?
Географическая	è		ç	Сегментация по отношению к изделию
?				?

Рис. 4. Схема сегментации рынка

16. Напишите формулу для расчета емкости рынка по каждой модели изделия, выпускаемого фирмой.

$EP_i =$

$i = 1, 2, 3 \dots m$  - индекс сегмента рынка по модели изделия, выделенный по какому-то признаку.

$j = 1, 2 \dots n$  - индекс географического сегмента рынка.

$d$  - общее число изделий, проданных на  $j$ -м географическом сегменте.

$V_{ji}$  - доля  $i$ -го сегмента рынка по продукту на  $j$ -м географическом сегменте рынка.

$EP_i$  - емкость  $i$ -го сегмента рынка по продукту (например, емкость фирмы по каждой модели автомобиля).

17. Напишите формулу для определения емкости рынка с учетом сравнительных преимуществ предприятия в конкурентной борьбе (например, по цене).

$EP =$

$a$  - общее количество проданных на географическом сегменте рынка изделий в том или ином регионе, стране.

$b$  - доля рынка изделий, соответствующих продукции предприятия по цене или какому-то другому фактору, для которого у предприятия могут найтись сравнительные преимущества перед конкурентами.

$c$  — доля изделий, реализованных через универмаги, или по другим наиболее предпочтительным каналам сбыта.

$d$  — доля, которую предприятие будет стремиться отвоевать на данном скорректированном сегменте рынка.

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №1 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»)), сформированные дисциплиной)	ПК-1 ПК-3	<p>Знает правила и нормы современного русского литературного языка, задачи и методы, технологии и технику создания журналистских публикаций, их содержательную и структурно-композиционную специфику, знает основные источники необходимой информации, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора, знает принципы работы с документами, использует интернет-ресурсы, применяет методы цифровых технологий в печати, в интернет-СМИ, знает необходимые статьи законодательства Российской Федерации об авторском праве.</p> <p>Знает основы редакторской деятельности разных типов изданий, задачи и методы, технологию и технику создания журналистских публикаций, их содержательную и структурно-композиционную специфику, знает стилистические особенности, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами), соблюдает профессиональную журналистскую этику.</p>	40
Вопрос №2 Практическое задание (проверяет умения («уметь»)), проверяет практические навыки («владеть»)), сфор- мированные дисциплиной)	ПК-1 ПК-3	<p>Осуществляет выбор темы публикации, в том числе поиск и оценку информационных поводов, определяет круг освещаемых проблем, формулирует задания корреспонденту и авторам по выбору тем и поиску информации для публикаций и подготовке материалов в соответствии с заранее заданной темой.</p> <p>Отбирает авторские материалы для публикации, в том числе анализирует материалы, предоставляемые авторами, оценивает компетентность авторов и качество предоставляемых материалов, проверяет актуальность и достоверность предоставляемой авторами информации.</p> <p>Осуществляет анализ материалов, предоставляемых для публикации, в том числе анализирует материалы, предоставляемые авторами, оценивает компетентность авторов и качество предоставляемых материалов, проверяет актуальность и достоверность предоставляемой авторами информации, в том числе анализирует структуру и содержание авторских материалов, приводит материал в соответствии с требованиями различных медиа, работает над стилем предоставленных материалов, работает с фото, видео, согласовывает рекомендуемые поправки с авторами.</p> <p>Разрабатывает дизайн-макет печатных и электронных изданий, в том числе объектов визуальной информации, включая изучение необходимой информации, ее идентификации и коммуникации, определяет композиционные приемы и стилистические особенности изданий.</p> <p>Выполняет согласование дизайн-макета печатных и электронных изданий, в том числе объектов визуальной информации, с заказчиком и руководством.</p> <p>Для передачи в производство осуществляет подготовку графических материалов.</p>	60