

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

*ИНСТИТУТ ФИЛОЛОГИИ И ИСТОРИИ*  
*Кафедра Истории театра и кино*

**ПРИНЦИПЫ ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**50.04.01 Искусства и гуманитарные науки**

**Современные зрелищные искусства: театральная и кинокритика**

Уровень высшего образования: *магистратура*

Форма обучения: *очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2024

ПРИНЦИПЫ ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Ст. преподаватель С.А.Козлова

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры Истории театра и кино

№ 3 от 27.03.2024 г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>1. Пояснительная записка</b>	4
1.1 Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения дисциплине	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
<b>2. Структура дисциплины</b>	6
<b>3. Содержание дисциплины</b>	7
<b>4. Образовательные технологии</b>	9
<b>5. Оценка планируемых результатов обучения</b>	9
5.1. Система оценивания	9
5.2. Критерии выставления оценок	10
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся дисциплине	11
<b>6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины</b>	14
6.1. Список источников и литературы	14
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	15
<b>7. Материально-техническое обеспечение дисциплины</b>	16
<b>8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья</b>	16
<b>9. Методические материалы</b>	16
9.1. Планы практических (семинарских) занятий	16
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ	20
<b>Приложения</b>	21
Приложение 1. Аннотация дисциплины	21

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

**Цель дисциплины** дать общее представление об истории книгоиздания и развитии периодической печати, организации издательской деятельности, ознакомить студентов с основами планирования, выпуска и распространения издательской продукции, а также получить первичные навыки создания проекта периодического издания.

**Задачи:**

- сформулировать понятийный аппарат дисциплины;
- ознакомить с основами издательского дела;
- рассмотреть основные этапы организации, планирования, выпуска и распространения издательской продукции;
- раскрыть сущность организации, планирования, выпуска и распространения издательской продукции;
- изучить основы правового регулирования издательской деятельности, методы исследования книжного рынка, потенциального читателя, методики перспективного и текущего планирования работы редакции, разработки мероприятий рекламной кампании издательской продукции и способы её распространения.

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения дисциплине:

<b>Компетенция</b> (код и наименование)	<b>Индикаторы компетенций</b> (код и наименование)	<b>Результаты обучения</b>
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<i>УК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними;</i>	<p><b>Знать:</b>  понятийный аппарат дисциплины;  методы изучения книжного рынка и читателей;  методы организации и планирования издательской деятельности;  приемы перспективного и текущего планирования издательства;  этапы подготовки и выпуска изданий.</p> <p><b>Уметь:</b>  организовать работу редакции;  составить перспективные и текущие планы редакции на основе изучения потребностей книжного рынка;  организовать процесс сбора, анализа и отбора произведений;</p>

		<p>разработать план-проспект издания (проекта);</p> <p>разработать мероприятия рекламной кампании издания (проекта) и организовать ее проведение.</p>
	<p><i>УК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта</i></p>	<p><b>Владеть:</b></p> <p>методами изучения книжного рынка;</p> <p>методами составления перспективных и текущих редакционных планов;</p> <p>навыками организации редакционной работы;</p> <p>навыками составления и реализации издательских проектов;</p> <p>навыками разработки рекламной кампании проекта.</p>
<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p><i>УК-3.1. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников;</i></p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>понятийный аппарат дисциплины;</p> <p>методы организации и планирования издательской деятельности;</p> <p>приемы перспективного и текущего планирования издательства;</p> <p>этапы подготовки и выпуска изданий;</p> <p>методы маркетинга и рекламы издательской продукции.</p>
	<p><i>УК-3.2. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого;</i></p>	<p><b>Уметь:</b></p> <p>организовать работу редакции;</p> <p>составить перспективные и текущие планы редакции на основе изучения потребностей книжного рынка;</p> <p>организовать процесс сбора, анализа и отбора произведений;</p> <p>разработать план-проспект издания (проекта);</p> <p>разработать мероприятия рекламной кампании издания (проекта) и организовать ее проведение.</p>

	<p><i>УК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели;</i></p>	<p><b>Владеть:</b>  методами составления перспективных и текущих редакционных планов;  навыками организации редакционной работы;  навыками составления и реализации издательских проектов;  навыками разработки рекламной кампании проекта.</p>
<p>ОПК-5. Способность использовать в познавательной и профессионально деятельности базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук</p>	<p>ОПК 5.1.  Знает и использует социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в руководстве коллективом в сфере профессиональной деятельности.</p>	<p><b>Знать:</b>  понятийный аппарат дисциплины;  методы организации и планирования издательской деятельности;  приемы перспективного и текущего планирования издательства;  этапы подготовки и выпуска изданий;  основы издательского законодательства РФ и стандарты по издательскому делу;  виды издательской продукции и их параметры;  методы маркетинга и рекламы издательской продукции.</p> <p><b>Уметь:</b>  организовать работу редакции;  составить перспективные и текущие планы редакции на основе изучения потребностей книжного рынка;  организовать процесс сбора, анализа и отбора произведений;  разработать план-проспект издания (проекта);  разработать мероприятия рекламной кампании издания (проекта) и организовать ее проведение.</p>
	<p>ОПК 5.2.  Определяет в профессиональной деятельности аспекты, позволяющие оценить и направить развитие культуры в прогрессивном формате, беря на себя ответственность за продуктивность и перспективы развития мировой культуры и культурологических концепций</p>	<p><b>Владеть:</b>  методами составления перспективных и текущих редакционных планов;  навыками организации редакционной работы;  навыками составления и реализации издательских проектов;  навыками разработки рекламной кампании проекта.</p>

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Принципы издательской деятельности» относится к базовой части блока обязательных дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: История мировой культуры, Культура в глобальном мире, Информационные технологии в гуманитарных и смежных областях, Терминология театроведческой науки, Стиль эпохи и индивидуальный стиль в живописи, скульптуре и архитектуре, Музыкальный театр в современном художественном процессе, Рецепция исторических событий в зрелищной культуре.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Научно-исследовательская работа, Преддипломная практика, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

## 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 академических часа (ов).

### Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
	Лекции	8
	Семинары/лабораторные работы	8
Всего:		16

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 56 академических часа(ов).

## 3. Содержание дисциплины

### *Тема 1. Издательское дело как отрасль экономики. Основные проблемы и тенденции развития российского книжного рынка*

Книга как средство передачи информации, этапы ее развития, типология. История книгоиздания и этапы развития периодической печати.

Издательская деятельность как отрасль экономики: цели, задачи; определения; функции; проблемы.

Основные характеристики книжного рынка, исследования товарного книжного рынка, исследование покупательской потребности, анализ конкуренции.

Организация исследований читательского спроса. Методики исследования. Типологии читателей. Мотивы чтения, читательская направленность, читательская мода. Исследования нового «электронного» читателя. Процессы формирования «нового» читателя. Современные тенденции формирования читательского спроса.

Книжная продукция, как интеллектуальный товар, удовлетворяющий образовательные, научно-познавательные, эстетические и этические потребности потребителя.

Мотивация формирования издательского бизнеса. Массовое потребление книжной продукции, диалектический характер отношений издателей и оптовым (или розничным) покупателями. Издатель и потребитель, формирование и регулирование книжного рынка: сущность и факторы, влияющие на его развитие: политические, экономические и социальные.

Два основных подхода к понятию «рынок» (политико-идеологическое и философское содержание; конкретное экономическое содержание) и специфика книжного рынка. Факторы формирования книжного рынка в России: скачкообразный переход к рыночной системе, довлеющие тенденции централизованно-плановой экономики, социально-политическая и экономическая специфика российской действительности, своеобразие менталитета. Современное состояние книжного рынка.

Проблемы книжного рынка: финансовое положение издательств; конъюнктура и конкуренция на рынке; соотношение спроса и предложения; ценообразование и государственный контроль цен; распределение товара; информационное обеспечение книжной торговли.

## ***Тема 2. Исследование читательского спроса – основа планирования книгоиздательского бизнеса***

Характеристика читателя: история и современность. Теоретические и методические основы изучения читателей: вопросы психологии чтения и читателя, библиотечной психологии.

Организация исследований читательского спроса и их связь с традициями культуры, образования, экономики, политики. Методики исследования: опрос, эксперимент, наблюдение, анализ документации и др. Типологии читателей, признаки деления на социальные группы. Мотивы чтения, читательская направленность, читательская мода. Уровень культуры чтения, проблема дифференциации, выделения читательских типов: развлекательный, познавательный, эстетический.

Исследования нового «электронного» читателя. Процессы формирования «нового» читателя в конце XX начале – XIX вв.: интересы и доступность «запрещенной» литературы. Современные тенденции развития читательского спроса.

## ***Тема 3. Издательское планирование. Авторские и смежные права как объект интеллектуальной собственности***

Сущность планирования в условиях рыночной экономики, цели развития издательства, выбор способов их достижения, виды, объемы и сроки выпуска изданий, производственные ресурсы, прогнозирование качественных и количественных результатов.

Цели планирования: получение максимальной прибыли, прирост капитала, удовлетворение требований инвесторов, развитие издательства, повышение конкурентоспособности и ценности издательства на рынке издательской продукции.

План как документ, отражающий систему взаимосвязанных решений, направленных на достижение желаемого результата.

Задачи планирования развития издательской организации: выявление проблем и определение предполагаемых возможностей; обоснование стратегий и целей в предстоящий период, проектирование желаемого; планирование основных путей достижения поставленных целей, выбор или создание необходимых средств; определение потребности в объемах и структуре необходимых ресурсов и сроков их поступления; внедрение разработанных мероприятий и контроль их выполнения. Виды планов: цели и задачи.

Перспективный и текущий планы их взаимосвязь и согласованность. Этапы планирования: прогнозирование, стратегическое и текущее, корректировка, оценка. Тематический план его характеристики, пути формирования, критерии отбора. Перспективный тематический план выпуска литературы, план редакционно-подготовительных работ, годовой тематический план выпуска литературы.

Аннотированный тематический план выпуска изданий, перспективный тематический план: периодизация, тематические разделы; план редакционно-подготовительных работ.

Репертуар издательства, редакционно-издательский портфель: методы их формирования. Пути приобретения произведений: книжные ярмарки, заказ, отбор.

Понятие интеллектуальной собственности. Категория интеллектуальной собственности и ее охрана (ст. 138 ГК РФ), использование результатов интеллектуальной собственности, сфера интеллектуальной собственности.

Цензура – история и современность: понятие цензуры, ее виды, современное состояние.

#### **Тема 4. Реклама в издательской деятельности**

Понятия рекламы, торговой рекламы. Реклама книги как элемент книжного маркетинга. Виды: торговая оптовая реклама, потребительская реклама, Виды рекламного воздействия: рекламное информирование, организация позитивного общественного мнения (паблик рилейшнз), содействие сбыту (сейлз промоушн), создание долговременных предпочтений к товарам путем организации прямых связей с потребителями (директ-маркетинг).

Реклама в средствах массовой информации (СМИ): реклама в прессе, на радио, по телевидению, почтовая реклама, наружная реклама, компьютеризованная реклама, межличностное общение, нетрадиционные средства, средства организации позитивного общественного мнения. Средства создания долговременных предпочтений к товарам путем организации прямых связей с потребителями.

Формы рекламы на групповых и публичных мероприятиях: выступление на презентации, пресс-конференции, семинаре, встрече «за круглым столом» и других мероприятиях с потенциальными потребителями, индивидуальные и групповые беседы-консультации.

Рекламная кампания издательства как спланированная информационная и организационная деятельность издательства (книготорговой организации) по доведению информации об изданиях до потенциальных покупателей и формированию у них спроса: задачи и функции.

Этапы рекламной кампании: подготовительный (планирование, подготовка рекламных материалов), кульминационный (организация и проведение собственно рекламных мероприятий) и заключительный (контроль за её ходом, корректировка, проверка эффективности); бюджет и время проведения, показатели результативности.

#### **4. Образовательные технологии**

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Тема 1. Издательское дело как отрасль экономики Основные проблемы и тенденции развития рос-	Лекция 1.  Семинар 1.	Вводная лекция-беседа с обратной связью с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуж-

	сийского книжного рынка	<i>Самостоятельная работа</i>	<i>дением выступлений Консультирование, посредством электронной почты Подготовка к семинару с использованием электронного курса лекций и информационных технологий Сбор информации для проекта и контрольной работы</i>
2.	<b>Тема 2.</b> Исследование читательского спроса – основа планирования книгоиздательского бизнеса	<i>Лекция 2 Практическая работа 1 Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция-беседа с обратной связью Практическая работа с использованием современных информационных технологий, изучение баз данных, анализ и синтез полученных итогов поиска Консультирование и обсуждение полученных результатов посредством электронной почты Подготовка к практической работе с использованием электронного курса лекций и информационных технологий. Анализ информации для проекта и контрольной работы</i>
3.	<b>Тема 3.</b> Издательское планирование Авторские и смежные права как объект интеллектуальной собственности	<i>Лекция 3 Практическая работа 2 Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с разбором конкретных ситуаций Выполнение практических заданий с использованием баз данных и их обсуждение Консультирование посредством электронной почты Подготовка к практическим занятиям с использованием электронного курса лекций и информационных технологий. Разработка проекта и написание контрольной работы</i>
4.	<b>Тема 4.</b> Реклама в издательской деятельности	<i>Лекция 4. Семинар 2. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с разбором конкретных ситуаций Развернутая беседа с обсуждением выступлений Консультирование, посредством электронной почты Подготовка к семинару с использованием электронного курса лекций Разработка и</i>

			<i>защита проекта. Сдача контрольной работы</i>
5	<b>Зачет с оценкой</b>	<i>Семинар 3</i>	<i>Защита проектов с презентацией</i>

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания

<b>Форма контроля</b>	<b>Макс. количество баллов</b>	
	<b>За одну работу</b>	<b>Всего</b>
<i>Текущий контроль:</i> - участие в дискуссии на семинаре - выполнение практических заданий - контрольные работы	<i>10 баллов</i>	<i>20 баллов</i>
	<i>10 баллов</i>	<i>20 баллов</i>
	<i>20 баллов</i>	<i>20 баллов</i>
<i>Промежуточная аттестация</i> <i>Зачет с оценкой</i>		<i>40 баллов</i>
<b>Итого за семестр</b>		<i>100 баллов</i>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		ции. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся дисциплине

#### *Текущий контроль*

Устный опрос, участие в дискуссии на семинаре, выполнение практических заданий и контрольная работа.

*Вопросы для обсуждения на семинарах (УК-2, УК-3, ОПК-5):*

1. Значение печатной книги для развития мировых цивилизаций.
2. Современные исследования по проблемам типологии изданий, основные *принципы классификации и их значение при разработке издательских проектов.*
3. Основные проблемы современного состояния издательской деятельности.
4. Выбор методов исследования книжного рынка, основные его характеристики.
5. Современные тенденции формирования читательского спроса.
6. Какие основные виды рекламы для продвижения проекта?
7. Какие основные рекламные мероприятия используют для продвижения издательской продукции?
8. Какие существуют методики разработки рекламной кампании периодического издания?
9. Какая роль связи с общественности в книгоиздательской деятельности?
10. Какими законодательными актами регламентируется процесс рекламы и связи с общественности издательской деятельности?

*Примеры практических заданий семинарах (УК-2, УК-3, ОПК-5):*

1. На основании изученных методов составить портрет потенциального читателя проекта.

2. При помощи объективных методов оценки сформировать характеристику современного книжного рынка.
3. Определить свободную «нишу», для реализации издательского проекта
4. Определить примерную тематику проекта периодического издания.
5. Разработать рубрикации будущего периодического издания, определить основания её деления и составить перечень примерных рубрик, определить читательский адрес.
6. Разработать перспективный план (на определенный период) проекта, указать основные темы.
7. Разработать редакционный (текущий) план издания.
8. Определить примерную тематику каждой рубрики редакционного плана.

*Примерная тематика контрольной работы семинарах (УК-2, УК-3, ОПК-5)*

1. Книга – средство передачи информации, этапы ее развития.
2. Издательская деятельность – отрасль экономики: цели и задачи; определения; функции
3. Книжный рынок: анализ состояния, тенденции, перспективы развития и проблемы
4. Организация исследований читательского спроса.
5. Методики исследования потребителей. Типологии читателей. Мотивы чтения, читательская направленность, читательская мода. Современный «электронный читатель» - проблема для современного книгоиздания.
6. Издательское планирование как основа создания издательского проектирования.
7. Методика составления содержания периодического издания на примере издательского проекта
8. Основные нормативно-правовые документы, используемые на различных этапах издательского проекта
9. Субъекты авторского права и презумпция авторства. Авторское право издателей: авторский договор.
10. Структура универсального книжно-журнального издательства: функции отделов, обязанности сотрудников.
11. Виды и типы издательской продукции и единицы ее измерения.
12. План-проспект периодического издания: обоснование тематики издания, разработка рубрик и их содержание.
13. Бизнес-план: цели и задачи, содержание и структура, и возможные его изменения, основные технические и экономические показатели.
14. Фандрайзинг: цели, задачи его источники. Понятие «доноры», благотворительные фонды и их виды.

*Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)*

При проведении промежуточной аттестации студент должен написать введение к справочному изданию, составить словник (50 единиц), разработать типовую схему справочной статьи и составить справочную статью (к одному из понятий словника) и описать методику создания справочного издания по театру и кино с перечнем методов и мероприятий.

***Тематика и вид издательского проекта периодического издания семинарах (УК-2, УК-3, ОПК-5)***

Современное общество носит информационный характер и его жизнь невозможна без полноценного обеспечения его потребностей.

Периодические издания – источник оперативного информирования читателей о событиях и фактах общественной жизни, о научных открытиях, досуге и др., являются средством формирования мировоззрения, представляют практический и научно-познавательный интерес для широкого круга читателей и специалистов, помогают расширить кругозор или провести досуг.

Классифицировать периодические издания можно на основании нескольких признаков:

*по территориальному охвату:* федеральная, региональная, городская (муниципальная), районная;

*по форме собственности:* государственная, частная, корпоративная;

*по стилю:* качественная, массовая, таблоиды (в России получили название «желтой» прессы);

*по периодичности:* ежедневные издания, еженедельные издания, комбинированная (ежедневное издание плюс, увеличенный еженедельный номер);

*по жанрам(функциональному назначению):* общественно-политические издания, деловая пресса, информационно-развлекательная, литературно-художественные, отраслевые (специализированные издания), рекламно-справочные издания;

*по читательскому адресу:* для специалистов, массового читателя, детей и подростков (с указанием возрастной группы), женщин, мужчин и др.

*по материальной конструкции:* газеты, журналы.

Тема проекта выбирается студентом самостоятельно в зависимости от личных интересов и итогов изучения потребностей книжного рынка, принимая окончательное решение, следует учесть все вышеперечисленные параметры издания.

***Примеры проектов периодических изданий семинарах (УК-2, УК-3, ОПК-5):***

Еженедельная районная информационно-развлекательная газета для массового читателя, назначение обзорная информация по районным мероприятиям досуга населения, тема «спектакли, концерты, кинофильмы»; ежемесячный научно-популярный журнал для широкого круга читателей, интересующихся проблемами науки, а также занимающихся научной работой в смежных областях. Назначение журналов – формирование научного мировоззрения читателя, расширение его кругозора, популяризация достижений науки и техники. Журнал иллюстрируется фотографиями и рисунками, наряду со статьями различной тематики, содержат практическую информацию, развлекательные материалы, литературно – художественные произведения.

**6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

**6.1. Список источников и литературы**

*Источники*

*Федеральный закон «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания в Российской Федерации» от 1 декабря 1995 г. № 191-ФЗ*

*Федеральный закон «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» от 21 июля 2005 г. № 94-ФЗ.*

*Федеральный закон «Об авторских и смежных правах» от 1 января 2008г.*

ГОСТ Р 7.5–98 «Журналы, сборники, информационные издания, издательское оформление публикуемых материалов»

ГОСТ 7.1-2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления// Стандарты по издательскому делу/ А.А. Джиго, С.Ю. Калинин. – М.: Экономистъ, 2004. – 90 с.

ГОСТ 7.11 – 2004 Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на иностранном языке. Общие требования и правила. // <http://docs.cntd.ru/document/1200039536>

ГОСТ 7.12 – 93 Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила.

ГОСТ 7.86–2005 «Издания. Общие требования к издательской аннотации» // [http://apel.ieml.ru/storage/files/poleznoe/GOST\\_7\\_86-2003.pdf](http://apel.ieml.ru/storage/files/poleznoe/GOST_7_86-2003.pdf)

Основные стандарты по издательскому делу/ сост. Джиго А. А., Калинин С. Ю. М.:Издательский дом «Университетская книга», 2009. УДК 655(084.74) // <https://studfiles.-net/preview/2957463/>

ОСТ 29.133–99 «Справочники. Основные виды. Требования к основному тексту, аппарату издания и издательско-полиграфическому оформлению» <http://docs.cntd.ru/document/471829539>

### *Основная литература*

Ординарцев, И.И. Российское книгоиздание. Тенденции. Стратегии. Перспективы: монография / И.И. Ординарцев ; под ред. Н.Д. Эриашвили. — М. : ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2017. - 135 с. - ISBN 978-5-238-02828-6 . - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028934>

Эриашвили, Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Издательское дело и редактирование», «Книгораспространение», «Менеджмент» / Н.Д. Эриашвили. — 5-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДДНА, 2017. - 351 с. - ISBN 978-5-238-01619-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028497>

Егорова, Е. Б. Подготовка рукописи к изданию : словарь-справочник / Е.Б. Егорова. — 2-е изд., испр. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 160 с. - ISBN 978-5-16-103699-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1047290>

Боброва, Е.И. Репрезентация научных и учебных изданий в процессе производства и распространения цифрового и печатного контента : практическое руководство / Е.И. Боброва. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2015. - 32 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1041728>

*Дополнительная литература*

Рябина Н.З. Технология редакционно-издательского процесса. – М.: Логос, 2012. – 256 с. ЭБС "znanium.com"

Эриашвили Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Издательское дело и редактирование», «Книгораспространение» и «Менеджмент» /Н.Д. Эриашвили. – 5-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 351 с. ЭБС "znanium.com".

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Издательское дело. Учебники, книги по издательскому делу [интернет ресурс] /  
www. redaktoram.ru

На сайте размещены учебники, учебные пособия, книги, статьи и материалы, посвященные анализу и редактированию: Редактирование. Общий курс. Редакторская подготовка изданий, Справочник редактора и автора, Технология редакционно-издательского процесса, Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу, научные статьи по редактированию различных видов литературы. Вышеперечисленные материалы могут стать источником основных и дополнительных знаний.

**Перечень БД и ИСС**

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Программное обеспечение

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное

## 8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;

- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## 9. Методические материалы

### 9.1. Планы семинарских занятий

#### *Семинар 1.*

Тема 1 (2 ч.) Издательская деятельность: история и современность, цели, задачи, функции, проблемы. Проблемы и тенденции развития книжного рынка

Вопросы для обсуждения:

1. Значение печатной книги для развития мировых цивилизаций.
2. Современные исследования по проблемам типологии изданий, основные принципы классификации и их значение при разработке издательских проектов.
3. Основные проблемы современного состояния издательской деятельности.
4. Выбор методов исследования книжного рынка, основные его характеристики.
5. Современные тенденции формирования читательского спроса.

Список литературы:

*источники*

*Федеральный закон «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания в Российской Федерации» от 1 декабря 1995 г. № 191-ФЗ*

*литература (основная)*

Акопов А.И. Общий курс издательского дела. Учеб. пособие для студентов журналистов/ В.В. Тулубеев. Воронеж.: 2004. – С.15-37.

Основы издательского дела: Учеб.- метод. пособие/ Сост. Козлова С.А. – М.: РГГУ, 2018 – 142с.

Эриашвили Н.Д. Книгоиздание и менеджмент. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Издательское дело и редактирование», «Книгораспространение» и «Менеджмент» /Н.Д. Эриашвили. – 5-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – С.6-21.

*литература (дополнительная)*

Антонова С.Г. Издания по искусству. Проблемы типологии и редактирования: Учебное пособие.- М.: МПИ,1989.- 104 с.

Рубакин Н. А. Этюды о русской читающей публике // Избранное : В 2-х т., 1975. – Т. 1. – С. 35–104.

Рубакин Н. А. Психология читателя и книги: Краткое введение в библиологическую психологию. – М. : 1977. – 264 с.

Типология периодических изданий.- М.:Кн. палата,1991.

*Практическая работа 1*

*Тема 2 (2 ч.)* Основные характеристики книжного рынка и читателя, методы их изучения; формирование основных параметров проекта периодического издания

**Практические задания:**

1. На основании изученных методов составить портрет потенциального читателя проекта.
2. При помощи объективных методов оценки сформировать характеристику современного книжного рынка.
3. Определить свободную «нишу», для реализации издательского проекта
4. Определить примерную тематику проекта периодического издания.

*Список литературы:**источники*

ГОСТ Р 7.5–98 «Журналы, сборники, информационные издания. издательское оформление публикуемых материалов»

*литература (основная)*

Акопов А.И. Общий курс издательского дела. Учеб. пособие для студентов журналистов/ В.В. Тулубеев. Воронеж.: 2004. – С. 93-98.

Лукин В.Б. и др. Управление издательской деятельностью: учеб. пособие. – М.: МГУП, 2012. – Раздел 1.

Основы издательского дела: Учеб.- метод. пособие/ Сост. Козлова С.А. – М.: РГГУ, 2018 – 142с.

Эриашвили Н.Д. Книгоиздание и менеджмент. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Издательское дело и редактирование», «Книгораспространение» и «Менеджмент» /Н.Д. Эриашвили. – 5-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – С.21-31.

*литература (дополнительная)*

Антонова С.Г. Издания по искусству. Проблемы типологии и редактирования: Учебное пособие.- М.: МПИ,1989.- 104 с.

Рубакин Н. А. Этюды о русской читающей публике // Избранное : В 2-х т., 1975. – Т. 1. – С. 35–104.

Рубакин Н. А. Психология читателя и книги: Краткое введение в библиологическую психологию. – М. : 1977. – 264 с.

Типология периодических изданий.- М.:Кн. палата,1991.

*Практическая работа 2***Тема 3 (2 ч.) Планирование редакционной работы****Практические задания:**

1. Разработать рубрику будущего периодического издания, определить основания её деления и составить перечень примерных рубрик, определить читательский адрес.

2. Разработать перспективный план (на определенный период) проекта, указать основные темы.
3. Разработать редакционный (текущий) план издания.
4. Определить примерную тематику каждой рубрики редакционного плана. навыки составления перспективных и редакционных планов.

*Список литературы:  
источники*

ГОСТ Р 7.5–98 «Журналы, сборники, информационные издания. издательское оформление публикуемых материалов»

*литература (основная)*

Акопов А.И. Общий курс издательского дела. Учеб. пособие для студентов журналистов/ В.В. Тулубеев. Воронеж.: 2004. – С.49-68.

Лукин В.Б. и др. Управление издательской деятельностью: учеб. пособие. – М.: МГУП, 2012. – Раздел 3.

Основы издательского дела: Учеб.- метод. пособие/ Сост. Козлова С.А. – М.: РГГУ, 2018 – 142с.

Эриашвили Н.Д. Книгоиздание и менеджмент. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Издательское дело и редактирование», «Книгораспространение» и «Менеджмент» /Н.Д. Эриашвили. – 5-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – С.58-87.

*литература (дополнительная)*

Акопов А.И. К вопросу о журнале как типе периодического издания// Типология журналистики: Вопросы методологии и истории/ Ред. Е.А. Корнилов.- Ростов, 1987.- С. 61-77.

Антонова С.Г. Издания по искусству. Проблемы типологии и редактирования: Учебное пособие.- М.: МПИ,1989.- 104 с.

Мильчин А.Э. Культура издания, или Как не надо и как надо делать книги: Практическое руководство – М.: Логос, 2005. – 224 с.

Типология периодических изданий.- М.:Кн. палата,1991.

## *Семинар 2*

Тема 4 (2ч.) Составление проекта рекламной кампании издательского проекта

Вопросы для обсуждения:

1. Какие основные виды рекламы для продвижения проекта?
2. Какие основные рекламные мероприятия используют для продвижения издательской продукции?
3. Какие существуют методики разработки рекламной кампании периодического издания?
4. Какая роль связи с общественности в книгоиздательской деятельности?
5. Какими законодательными актами регламентируется процесс рекламы и связи с общественности издательской деятельности?

*Список литературы:  
источники*

*Федеральный закон «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» от 21 июля 2005 г. № 94-ФЗ.*

ГОСТ Р 7.5–98 «Журналы, сборники, информационные издания. издательское оформление публикуемых материалов»

*литература (основная)*

Лукин В.Б. и др. Управление издательской деятельностью: учеб. пособие. – М.: МГУП, 2012. – Раздел 6.

Основы издательского дела: Учеб.- метод. пособие/ Сост. Козлова С.А. – М.: РГГУ, 2018 – 142с.

Эриашвили Н.Д. Книгоиздание и менеджмент. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Издательское дело и редактирование», «Книгораспространение» и «Менеджмент» /Н.Д. Эриашвили. – 5-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – С.145-151.

*Семинар 3*

**Тема 2** Защита проекта периодического издания с презентацией (2 ч.)

Обсуждение проектов периодических изданий

## 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

### ➤ *Рекомендации по подготовке презентаций издательского проекта*

Презентация – один из видов учебной и научно-исследовательской работы студентов. Основная цель – демонстрация способности к подготовке и проведению защиты издательского проекта с использованием современных информационных технологий, а также формирование следующих навыков:

- ориентироваться в категориальном аппарате издательской деятельности;
- пользоваться научной литературой, статистическими данными, электронными ресурсами;
- логично и доступно излагать сложные вопросы.

На слайдах компьютерной презентации могут размещаться релевантная текстовая, графическая информация и видеоклипы, которые в совокупности призваны помочь студенту продемонстрировать издательский проект на выбранную тему. В презентации издательского проекта должны быть отражены результаты разработки проекта периодического издания.

#### *Примерная структура презентации:*

- 1 титульный слайд с указанием названия Университета, ФИО и группы студента;
- 1 слайд с указанием темы проекта;
- 2 слайда: с титульным листом и вариантами обложки (с заглавием и выходными сведениями издания)
- 6-8 слайдов с основными рубриками издания;
- 2 слайда с примерами полос и иллюстраций (если они есть);
- 1 финальный слайд.

Общее число слайдов в презентации должно составить 13-15.

*Критерии оценки презентации в баллах представлены ниже:*

№№	Критерий оценки	Оценка в баллах	
		минимум	максимум
1.	Содержание презентации	21	25
2.	Структура презентации	4	6
3.	Дизайн (оформление и эффекты)	2	4
4.	Техника исполнения	3	5
	Итого	30	40

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Принципы издательской деятельности» реализуется на Историко-филологическом факультете кафедры Истории театра и кино

**Цель дисциплины** дать общее представление об истории книгоиздания, развитии периодической печати и организации издательской деятельности, ознакомить с основами планирования, выпуска и распространения издательской продукции, а также получить первичные навыки создания периодического издания.

### **Задачи:**

- сформулировать понятийный аппарат дисциплины;
- ознакомить с этапами развития книгоиздания;
- ознакомить с методами изучения книжного рынка;
- ознакомить с методами изучения характеристики читателей;
- ознакомить с этапами подготовки и выпуска изданий;
- изучить методы организации и планирования издательской деятельности;
- ознакомить с основами издательского законодательства РФ;
- ознакомить со стандартами по издательскому делу;
- изучить методы маркетинга и рекламы издательской продукции.

Дисциплина направлена на формирование компетенции:

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ОПК-5. Способность использовать в познавательной и профессионально деятельности базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук

### **В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

#### **Знать:**

- понятийный аппарат дисциплины;
- методы изучения книжного рынка и читателей;
- методы организации и планирования издательской деятельности;
- приемы перспективного и текущего планирования издательства;
- этапы подготовки и выпуска изданий;
- основы издательского законодательства РФ и стандарты по издательскому делу;
- виды издательской продукции и их параметры;
- методы управления рисками в издательском деле;
- методы маркетинга и рекламы издательской продукции.

#### **Уметь:**

- организовать работу редакции;
- составить перспективные и текущие планы редакции на основе изучения потребностей книжного рынка;
- организовать процесс отбора произведений для проекта;
- разработать план-проспект издания (проекта);
- разработать и организовать рекламную кампанию проекта.

***Владеть:***

- методами изучения книжного рынка;
- методами составления перспективных и текущих редакционных планов;
- навыками организации редакционной работы;
- навыками составления издательских проектов;
- навыками разработки рекламной кампании проекта.

***Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля:*** текущий контроль успеваемости в форме семинаров, практических и контрольных работ, промежуточный контроль - зачет с оценкой.

***Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы.***