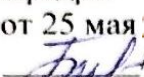
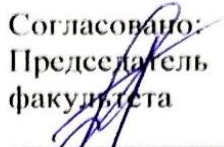


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол № 9 от 25 мая 2021 г.
Зав. кафедрой  Ишимбаева Г.Г.

Согласовано:
Председатель УМК филологического
факультета  / Григорьева Т.В.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Менеджмент в издательском деле

вариативная

программа бакалавриата

Направление подготовки (специальность)
42.03.03 – Издательское дело

Направленность (профиль) подготовки
Производство печатной и электронной продукции

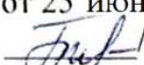
Квалификация
бакалавр

Разработчики (составители):
к.ф.н., доцент Асташкин А.Г.

 / Асташкин А.Г.

Для приема – 2021 г.

Г. Уфа – 2021 г. |

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол № 9 от 25 июня 2021 г.
Зав. кафедрой  Ишимбаева Г.Г.

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)
4. Фонд оценочных средств по дисциплине
 - 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
 - 4.3. *Рейтинг-план дисциплины (при необходимости)*
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
 - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	<p><u>1. Знать</u> процесс принятия и реализации управленческих решений;</p> <p><u>2. Знать:</u> действующие системы оплаты труда работников редакционно-издательских подразделений;</p> <p><u>3. Знать:</u> нормативы на редактирование и корректорские работы;</p> <p><u>4. Знать:</u> формы и методы работы редактора на всех этапах редакционно-издательского процесса.</p>	ПК-9 способность оценивать авторские заявки и авторские оригиналы.	
	<p><u>1. Знать</u> о месте и роли книгоиздания в современном книжном деле;</p> <p><u>2. Знать</u> законодательные и иные нормативные материалы, касающиеся редакционно-издательской деятельности; порядок заключения договоров с авторами.</p>	ПК-14 способность рассчитывать рентабельность конкретного издательского проекта.	
	<p><u>1. Знать</u> о месте и роли книгоиздания в современном книжном деле;</p> <p><u>2. Знать</u> законодательные и иные нормативные материалы, касающиеся редакционно-издательской деятельности; порядок заключения договоров с авторами.</p>	ПК-15 – Способность управлять коллективами, осуществляющими выпуск информационной продукции.	
Умения	<p><u>1. Уметь:</u> непосредственно выполнять редакторские операции и действия на</p>	ПК-9 способность оценивать авторские заявки и авторские	

	всех этапах редакционно-издательского процесса.	оригиналы.	
	1. <u>Уметь</u> устанавливать экономически выверенных отношений с партнерами по бизнесу 2. <u>Уметь</u> принимать управленческие решения.	ПК-14 способность рассчитывать рентабельность конкретного издательского проекта.	
	1. <u>Уметь</u> устанавливать экономически выверенных отношений с партнерами по бизнесу 2. <u>Уметь</u> принимать управленческие решения.	ПК-15 – Способность управлять коллективами, осуществляющими выпуск информационной продукции.	
Владения (навыки / опыт деятельности)	1. <u>Иметь навыки</u> непосредственно выполнять редакторские операции и действия на всех этапах редакционно-издательского процесса; 2. <u>Иметь навыки</u> взаимодействия с авторами, рецензентами и специалистами, занятыми в редакционно-издательском процессе; 3. <u>Иметь навыки</u> организационно-управленческой работы применительно к технологии редакционно-издательского процесса, редакторского анализа.	ПК-9 способность оценивать авторские заявки и авторские оригиналы.	

	<p><u>1. Иметь навыки</u> использования элементов маркетинга, менеджмента и других механизмов рыночного хозяйствования в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности;</p> <p><u>2. Иметь навыки</u> владения методикой расчета основных характеристик редакционно-издательского процесса; подготовки рукописей к сдаче в производство;</p> <p><u>3. Иметь навыки</u> владения механизмами функционирования современной экономики применительно к книгоизданию;</p> <p><u>4. Иметь навыки</u> краткосрочного и долгосрочного прогнозирования развития книгоиздания с учетом появления новых средств информации и массовой коммуникации, в том числе сетевых.</p>	<p>ПК-14 способность рассчитывать рентабельность конкретного проекта издательского проекта</p>	
	<p><u>1. Иметь навыки</u> использования элементов маркетинга, менеджмента и других механизмов рыночного хозяйствования в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности</p> <p><u>2. Иметь навыки</u> владения методикой расчета основных характеристик редакционно-издательского процесса; подготовки рукописей к сдаче в производство</p> <p><u>3. Иметь навыки</u> владения механизмами функционирования</p>	<p>ПК-15 – Способность управлять коллективами, осуществляющими выпуск информационной продукции.</p>	

	<p>современной экономики применительно к книгоизданию</p> <p><u>4. Иметь навыки</u> краткосрочного и долгосрочного прогнозирования развития книгоиздания с учетом появления новых средств информации и массовой коммуникации, в том числе сетевых.</p>		
--	--	--	--

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина *«Менеджмент в издательском деле»* относится к *вариативной* части.

Дисциплина изучается на 3 курсе (3 сессии) заочной формы обучения.

Цели изучения дисциплины: обеспечить понимание преимуществ и перспектив менеджмента; раскрыть содержание новых принципов и подходов, обеспечивающих эффективность менеджмента; сформировать представление о сути и преимуществах обоснованного стратегического подхода в маркетинг менеджменте издательского дела; усвоить новые идеи и термины, формирующиеся в ходе развития новой экономики.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Микроэкономика», «Теория менеджмента», «Теория Маркетинга» «Экономика предприятия», «Основы предпринимательства».

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции ПК-9 (способность оценивать авторские заявки и авторские оригиналы).

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		«Зачет»	«Незачет»
Первый этап (уровень)	Знать: 1. процесс принятия и реализации управленческих решений; 2. действующие системы оплаты труда работников редакционно-издательских подразделений; 3. нормативы на редактирование и корректорские работы; 4. формы и методы работы редактора на всех этапах редакционно-издательского процесса.	1.Знает процесс принятия и реализации управленческих решений; 2.Знает действующие системы оплаты труда работников редакционно-издательских подразделений; 3.Знает нормативы на редактирование и корректорские работы; 4. Знает формы и методы работы редактора на всех этапах редакционно-издательского процесса.	1.Не знает процесс принятия и реализации управленческих решений; 2.Не знает действующие системы оплаты труда работников редакционно-издательских подразделений; 3. Не знает нормативы на редактирование и корректорские работы; 4.Не знает формы и методы работы редактора на всех этапах редакционно-издательского процесса.

<p>Второй этап (уровень)</p>	<p>Уметь: 1. анализировать состояние издательского дела в РФ и зарубежных странах и определения тенденций развития в целях разработки прогнозов выпуска отдельных видов изданий в будущие периоды; 2. непосредственно выполнять редакторские операции и действия на всех этапах редакционно-издательского процесса.</p>	<p>1. Умеет анализировать состояние издательского дела в РФ и зарубежных странах и определения тенденций развития в целях разработки прогнозов выпуска отдельных видов изданий в будущие периоды; 2. Умеет непосредственно выполнять редакторские операции и действия на всех этапах редакционно-издательского процесса.</p>	<p>1. Не умеет анализировать состояние издательского дела в РФ и зарубежных странах и определения тенденций развития в целях разработки прогнозов выпуска отдельных видов изданий в будущие периоды; 2. Не умеет непосредственно выполнять редакторские операции и действия на всех этапах редакционно-издательского процесса в будущие периоды.</p>
<p>Третий этап (уровень)</p>	<p>Владеть: 1. навыками организовывать и осуществлять управление подготовкой издания к выпуску в свет и его распространением; 2. навыками непосредственно выполнять редакторские операции и действия на всех этапах редакционно-издательского процесса; 3. навыками организационно-управленческой работы применительно к технологии редакционно-издательского процесса, редакторского анализа; 4. навыками владения методами редактирования авторского оригинала; 5. навыками взаимодействия с авторами, рецензентами и</p>	<p>1. Владеет навыками организовывать и осуществлять управление подготовкой издания к выпуску в свет и его распространением; 2. Владеет навыками непосредственно выполнять редакторские операции и действия на всех этапах редакционно-издательского процесса; 3. Владеет навыками организационно-управленческой работы применительно к технологии редакционно-издательского процесса, редакторского анализа; 4. Владеет навыками владения методами редактирования авторского оригинала; 5. Владеет навыками взаимодействия с авторами, рецензентами и специалистами, занятыми в редакционно-издательском процессе.</p>	<p>1. Не владеет навыками организовывать и осуществлять управление подготовкой издания к выпуску в свет и его распространением; 2. Не владеет навыками непосредственно выполнять редакторские операции и действия на всех этапах редакционно-издательского процесса; 3. Не владеет навыками организационно-управленческой работы применительно к технологии редакционно-издательского процесса, редакторского анализа; 4. Не владеет навыками владения методами редактирования авторского оригинала; 5. Не владеет навыками взаимодействия с авторами, рецензентами и специалистами, занятыми в редакционно-издательском процессе.</p>

	специалистами, занятыми в редакционно-издательском процессе.		
--	--	--	--

Код и формулировка компетенции ПК-14 (способность рассчитывать рентабельность конкретного издательского проекта).

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		«Зачет»	«Незачет»
Первый этап (уровень)	<p><u>Знать:</u></p> <p>1. законодательные и иные нормативные материалы, касающиеся редакционно-издательской деятельности; порядок заключения договоров с авторами;</p> <p>2. об основных экономических и организационных принципах издательского дела;</p> <p>3. о месте и роли книгоиздания в современном книжном деле;</p> <p>4. о масштабах и структуре выпуска книг и брошюр в мире и в отдельных странах и регионах;</p> <p>5. о состоянии и тенденциях развития выпуска и распространения книг и брошюр с использованием новых информационных технологий.</p>	<p>1. Знает законодательные и иные нормативные материалы, касающиеся редакционно-издательской деятельности; порядок заключения договоров с авторами;</p> <p>2. Знает об основных экономических и организационных принципах издательского дела;</p> <p>3. Знает о месте и роли книгоиздания в современном книжном деле;</p> <p>4. Знает о масштабах и структуре выпуска книг и брошюр в мире и в отдельных странах и регионах;</p> <p>5. Знает о состоянии и тенденциях развития выпуска и распространения книг и брошюр с использованием новых информационных технологий.</p>	<p>1. Не знает законодательные и иные нормативные материалы, касающиеся редакционно-издательской деятельности; порядок заключения договоров с авторами;</p> <p>2. Не знает об основных экономических и организационных принципах издательского дела;</p> <p>3. Не знает о месте и роли книгоиздания в современном книжном деле;</p> <p>4. Не знает о масштабах и структуре выпуска книг и брошюр в мире и в отдельных странах и регионах;</p> <p>5. Не знает о состоянии и тенденциях развития выпуска и распространения книг и брошюр с использованием новых информационных технологий.</p>

<p>Второй этап (уровень)</p>	<p><u>Уметь:</u> 1. принимать управленческие решения; 2. устанавливать экономически выверенных отношений с партнерами по бизнесу; 3. рассчитывать экономическую эффективность издания.</p>	<p>1. Умеет принимать управленческие решения; 2. Умеет устанавливать экономически выверенных отношений с партнерами по бизнесу; 3. Умеет рассчитывать экономическую эффективность издания.</p>	<p>1. Не умеет принимать управленческие решения будущие периоды; 2. Не умеет устанавливать экономически выверенных отношений с партнерами по бизнесу; 3. Не умеет рассчитывать экономическую эффективность издания.</p>
<p>Третий этап (уровень)</p>	<p><u>Владеть:</u> 1. навыками использования элементов маркетинга, менеджмента и других механизмов рыночного хозяйствования в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности; 2. Навыками краткосрочного и долгосрочного прогнозирования развития книгоиздания с учетом появления новых средств информации и массовой коммуникации, в том числе сетевых; 3. Навыками владения механизмами функционирования современной экономики применительно к книгоизданию; 4. Навыками владения методикой расчета основных характеристик редакционно-издательского процесса; подготовки рукописей к сдаче в производство; 5. Навыками расчета основных экономических показателей работы издательства.</p>	<p>1. Владеет навыками использования элементов маркетинга, менеджмента и других механизмов рыночного хозяйствования в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности; 2. Владеет навыками краткосрочного и долгосрочного прогнозирования развития книгоиздания с учетом появления новых средств информации и массовой коммуникации, в том числе сетевых; 3. Владеет навыками владения механизмами функционирования современной экономики применительно к книгоизданию; 4. Владеет навыками владения методикой расчета основных характеристик редакционно-издательского процесса; подготовки рукописей к сдаче в производство; 5. Владеет навыками расчета основных экономических показателей работы издательства.</p>	<p>1. Не владеет навыками использования элементов маркетинга, менеджмента и других механизмов рыночного хозяйствования в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности; 2. Не владеет навыками краткосрочного и долгосрочного прогнозирования развития книгоиздания с учетом появления новых средств информации и массовой коммуникации, в том числе сетевых; 3. Не владеет навыками владения механизмами функционирования современной экономики применительно к книгоизданию; 4. Не владеет навыками владения методикой расчета основных характеристик редакционно-издательского процесса; подготовки рукописей к сдаче в производство; 5. Не владеет навыками расчета основных экономических показателей работы издательства.</p>

Код и формулировка компетенции ПК-15 (способность управлять коллективами, осуществляющими выпуск информационной продукции).

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		«Зачет»	«Незачет»
Первый этап (уровень)	<p><u>Знать:</u></p> <p>1. законодательные и иные нормативные материалы, касающиеся редакционно-издательской деятельности; порядок заключения договоров с авторами;</p> <p>2. об основных экономических и организационных принципах издательского дела;</p> <p>3. о месте и роли книгоиздания в современном книжном деле;</p> <p>4. о масштабах и структуре выпуска книг и брошюр в мире и в отдельных странах и регионах;</p> <p>5. о состоянии и тенденциях развития выпуска и распространения книг и брошюр с использованием новых информационных технологий</p>	<p>1. Знает законодательные и иные нормативные материалы, касающиеся редакционно-издательской деятельности; порядок заключения договоров с авторами</p> <p>2. Знает об основных экономических и организационных принципах издательского дела</p> <p>3. Знает о месте и роли книгоиздания в современном книжном деле</p> <p>4. Знает о масштабах и структуре выпуска книг и брошюр в мире и в отдельных странах и регионах</p> <p>5. Знает о состоянии и тенденциях развития выпуска и распространения книг и брошюр с использованием новых информационных технологий</p>	<p>1. Не знает законодательные и иные нормативные материалы, касающиеся редакционно-издательской деятельности; порядок заключения договоров с авторами</p> <p>2. Не знает об основных экономических и организационных принципах издательского дела</p> <p>3. Не знает о месте и роли книгоиздания в современном книжном деле</p> <p>4. Не знает о масштабах и структуре выпуска книг и брошюр в мире и в отдельных странах и регионах</p> <p>5. Не знает о состоянии и тенденциях развития выпуска и распространения книг и брошюр с использованием новых информационных технологий</p>

<p>Второй этап (уровень)</p>	<p><u>Уметь:</u> 1. принимать управленческие решения; 2. устанавливать экономически выверенных отношений с партнерами по бизнесу 3. рассчитывать экономическую эффективность издания</p>	<p>1. Умеет принимать управленческие решения 2. Умеет устанавливать экономически выверенных отношений с партнерами по бизнесу 3. Умеет рассчитывать экономическую эффективность издания</p>	<p>1. Не умеет принимать управленческие решения будущие периоды 2. Не умеет устанавливать экономически выверенных отношений с партнерами по бизнесу 3. Не умеет рассчитывать экономическую эффективность издания</p>
<p>Третий этап (уровень)</p>	<p><u>Владеть:</u> 1. навыками использования элементов маркетинга, менеджмента и других механизмов рыночного хозяйствования в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности; 2. навыками краткосрочного и долгосрочного прогнозирования развития книгоиздания с учетом появления новых средств информации и массовой коммуникации, в том числе сетевых; 3. навыками владения механизмами функционирования современной экономики применительно к книгоизданию; 4. навыками владения методикой расчета основных характеристик редакционно-издательского процесса; подготовки рукописей к сдаче в производство; 5. навыками расчета основных экономических показателей работы издательства</p>	<p>1. Владеет навыками использования элементов маркетинга, менеджмента и других механизмов рыночного хозяйствования в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности 2. Владеет навыками краткосрочного и долгосрочного прогнозирования развития книгоиздания с учетом появления новых средств информации и массовой коммуникации, в том числе сетевых 3. Владеет навыками владения механизмами функционирования современной экономики применительно к книгоизданию 4. Владеет навыками владения методикой расчета основных характеристик редакционно-издательского процесса; подготовки рукописей к сдаче в производство 5. Владеет навыками расчета основных экономических показателей работы издательства</p>	<p>1. Не владеет навыками использования элементов маркетинга, менеджмента и других механизмов рыночного хозяйствования в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности 2. Не владеет навыками краткосрочного и долгосрочного прогнозирования развития книгоиздания с учетом появления новых средств информации и массовой коммуникации, в том числе сетевых 3. Не владеет навыками владения механизмами функционирования современной экономики применительно к книгоизданию 4. Не владеет навыками владения методикой расчета основных характеристик редакционно-издательского процесса; подготовки рукописей к сдаче в производство 5. Не владеет навыками расчета основных экономических показателей работы издательства</p>

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности по итогам трёх модулей, перечисленных в рейтинг-плане дисциплины «Менеджмент в издательском деле» (текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

от 0 до 59 баллов – незачёт;

от 60 до 110 баллов – зачёт.

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
Знания	1. <u>Знать</u> формы и методы работы редактора на всех этапах редакционно-издательского процесса	ПК-9 способность оценивать авторские заявки и авторские оригиналы.	Реферат, сообщение, доклад, контрольные работы, тестирование, эссе, проект.
	1. <u>Знать об</u> основных экономических и организационных принципах издательского дела; 2. <u>Знать</u> о месте и роли книгоиздания в современном книжном деле; 3. <u>Знать</u> о масштабах и структуре выпуска книг и брошюр в мире и в отдельных странах и регионах; 4. <u>Знать</u> о состоянии и тенденциях развития выпуска и распространения книг и брошюр с использованием новых информационных технологий; 5. <u>Знать об</u> основных экономических и организационных принципах издательского	ПК-14 способность рассчитывать рентабельность конкретного издательского проекта.	Реферат, сообщение, доклад, контрольные работы, тестирование, эссе, проект.

	дела.		
	<u>Знать об</u> основных экономических и организационных принципах издательского дела	ПК-15 – Способность управлять коллективами, осуществляющими выпуск информационной продукции.	Реферат, сообщение, доклад, контрольные работы, тестирование, эссе, проект
	<u>Знать</u> о месте и роли книгоиздания в современном книжном деле		Реферат, сообщение, доклад, контрольные работы, тестирование, эссе, проект
	<u>Знать</u> о масштабах и структуре выпуска книг и брошюр в мире и в отдельных странах и регионах		Реферат, сообщение, доклад, контрольные работы, тестирование, эссе, проект
	<u>Знать</u> о состоянии и тенденциях развития выпуска и распространения книг и брошюр с использованием новых информационных технологий		Реферат, сообщение, доклад, контрольные работы, тестирование, эссе, проект
	<u>Знать</u> об основных экономических и организационных принципах издательского дела		Реферат, сообщение, доклад, контрольные работы, тестирование, эссе, проект
2-й этап Умения	<p><u>1. Уметь</u> анализировать состояние издательского дела в РФ и зарубежных странах и определения тенденций развития в целях разработки прогнозов выпуска отдельных видов изданий в будущие периоды;</p> <p><u>2. Уметь</u> устанавливать экономически выверенных отношений с партнерами по бизнесу.</p>	ПК-9 способность оценивать авторские заявки и авторские оригиналы.	Реферат, сообщение, доклад, контрольные работы, тестирование, эссе, проект

	1. <u>Уметь</u> рассчитывать экономическую эффективность издания.	ПК-14 способность рассчитывать рентабельность конкретного издательского проекта.	Реферат, сообщение, доклад, контрольные работы, тестирование, эссе, проект
	<u>Уметь</u> рассчитывать экономическую эффективность издания	ПК-15 – Способность управлять коллективами, осуществляющими выпуск информационной продукции.	Реферат, сообщение, доклад, контрольные работы, тестирование, эссе, проект
3-й этап Владения	<u>Иметь навыки</u> непосредственно выполнять редакторские операции и действия на всех этапах редакционно-издательского процесса.	ПК-9 способность оценивать авторские заявки и авторские оригиналы.	Реферат, сообщение, доклад, контрольные работы, тестирование, эссе, проект
	1. <u>Иметь навыки</u> использования элементов маркетинга, менеджмента и других механизмов рыночного хозяйствования в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности; 2. <u>Иметь навыки</u> владения методикой расчета основных характеристик редакционно-издательского процесса; подготовки рукописей к сдаче в производство; 3. <u>Иметь навыки</u> владения механизмами функционирования современной экономики применительно к книгоизданию; 4. <u>Иметь навыки</u> краткосрочного и долгосрочного прогнозирования развития книгоиздания с учетом	ПК-14 способность рассчитывать рентабельность конкретного издательского проекта.	Реферат, сообщение, доклад, контрольные работы, тестирование, эссе, проект

	появления новых средств информации и массовой коммуникации, в том числе сетевых.		
	<u>Иметь навыки</u> использования элементов маркетинга, менеджмента и других механизмов рыночного хозяйствования в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности	ПК-15 – Способность управлять коллективами, осуществляющими выпуск информационной продукции	Реферат, сообщение, доклад, контрольные работы, тестирование, эссе, проект
	<u>Иметь навыки</u> владения методикой расчета основных характеристик редакционно-издательского процесса; подготовки рукописей к сдаче в производство		Реферат, сообщение, доклад, контрольные работы, тестирование, эссе, проект
	<u>Иметь навыки</u> владения механизмами функционирования современной экономики применительно к книгоизданию		Реферат, сообщение, доклад, контрольные работы, тестирование, эссе, проект
	<u>Иметь навыки</u> краткосрочного и долгосрочного прогнозирования развития книгоиздания с учетом появления новых средств информации и массовой коммуникации, в том числе сетевых.		Реферат, сообщение, доклад, контрольные работы, тестирование, эссе, проект

Реферат – краткий доклад по определённой теме, в котором собрана информация из одного или нескольких источников.

Сообщение – это краткое изложение, при этом в ёмкой форме, передающее ясную и чёткую суть информации. Пишется в форме краткого доклада и не имеет излишних художественных оборотов и словосочетаний. Основная задача сообщения донести определенную информацию не выходя из рамок заданной темы.

Доклад – один из видов монологической речи, публичное, развёрнутое, официальное сообщение по определённому вопросу, основанное на привлечении документальных данных.

Контрольная работа – одна из форм проверки и оценки усвоенных знаний, получения информации о характере познавательной деятельности, уровне самостоятельности и активности учащихся в учебном процессе, об эффективности методов, форм и способов учебной деятельности.

Тестирование – метод психологической диагностики, использующий стандартизированные вопросы и задачи (тесты), имеющие определенную шкалу значений. Применяется для стандартизированного измерения индивидуальных различий.

Эссе – сочинение небольшого объёма по какому-либо частному вопросу, написанное в свободной, индивидуально-авторской манере изложения.

Проект – творческий проект, выполняемый одним учащимся под руководством педагога. Для того, чтобы определить задачи творческого проекта, нужно последовательно отвечать себе на вопрос: «Что нужно сделать, чтобы достичь цели проекта?» Обычно задачи творческой работы перечисляются (научиться..., разработать..., усовершенствовать..., ознакомиться..., освоить..., определить..., выбрать..., подобрать..., провести..., изучить..., развить..., соблюдать..., проанализировать..., закрепить... и т.п.).

ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

- 1 Функции менеджмента.
- 2 Основные определения менеджмента.
- 3 Принципы менеджмента.
- 4 Цели редакционного менеджмента.
- 5 Задачи редакционного менеджмента.
- 6 Экономические принципы управления издательством.
- 7 Организационные принципы управления издательством.
- 8 Временные периоды менеджмента.
- 9 Процессный подход в управлении.
- 10 Системный подход в управлении.
- 11 Ситуационный подход в управлении.
- 12 Функции управления: планирование.
- 13 Функции управления: организационная.
- 14 Функции управления: мотивация.
- 15 Функции управления: учет и контроль.
- 16 Внутренняя среда издательства и редакции.
- 17 Внешняя среда издательства и редакции.
- 18 Построение издательства и редакции: основные факторы, влияющие на него.
- 19 Учредители издательств и редакций.
- 20 Формы собственности издательств и редакций.
- 21 Специализированное разделение труда.
- 22 Внешняя среда прямого воздействия.
- 23 Внешняя среда косвенного воздействия.
- 24 Правовые основы издательской и редакционной деятельности.
- 25 Этические нормы и правила редакционной деятельности.
- 26 Концепция работы издательства и редакции.
- 27 Определение целей и задач издательства и редакции.
- 28 Уровни управления редакцией.
- 29 Состав персонала управления издательства и редакции.
- 30 Схемы управления издательством.
- 31 Управление трудовыми ресурсами издательства.
- 32 Вопросы этики в управлении.
- 33 Критерии поведения человека.
- 34 Коммуникации в управлении.
- 35 Оргкультура управления, ее содержание.
- 36 Основные факторы формирования профессиональной карьеры журналиста.
- 37 Самомаркетинг журналиста.

- 38 Специфические особенности редакционного менеджмента.
- 39 Внутриредакционные конфликты: основные причины их возникновения.
- 40 Основные стили руководства редакционными коллективами.
- 41 Принятие решений.
- 42 Требования к менеджеру издательства.
- 43 Среда принятия решений.
- 44 Основные модели принятия решений в редакции.
- 45 Основные методы принятия решений в редакции.
- 46 Принцип баланса власти в творческих коллективах.
- 47 Лидерство как способ эффективного руководства творческим коллективом.
- 48 Внутриличностные конфликты в творческих коллективах.
- 49 Межличностные конфликты в творческих коллективах.
- 50 Функциональные последствия конфликта в творческих коллективах.

Примерные критерии оценивания ответа на зачете (только для тех, кто учится с использованием модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости студентов):

Критерии оценки (в баллах):

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;

- **17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;

- **10-16 баллов** выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

- **1-10 баллов** выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

по дисциплине Менеджмент в издательском деле

Тестирование – активная форма проверки получения студентом знаний, проводится в электронной форме, на единой интернет-платформе в системе централизованного тестирования БашГУ **moodle.bashedu.ru** и оценивается по 10-балльной системе в зависимости от процента правильных ответов.

ТЕСТ 1

1. Что означает понятие «marketing management»:

а) маркетинг менеджмент;

- б) управление деятельностью маркетингового отдела;
- в) комплекс мероприятий по разработке маркетинговых и менеджерских решений; г) управление маркетингом.
2. К элементам управления маркетингом на инструментальном уровне не относятся:
- а) кадровая политика;
- б) коммерческая логистика;
- в) товар и цена;
- г) нет правильного ответа.
3. Каждый товар для потребителя представляет собой:
- а) выгоду и/или ожидаемый товар;
- б) дополнительный товар;
- в) потенциальный товар;
- г) все ответы верны.
4. Выгода – это:
- а) набор свойств, которые потребитель ожидает получить при покупке;
- б) основная услуга или преимущество, ради которого товар приобретается;
- в) поиск новых способов удовлетворения нужд потребителя;
- г) набор свойств, превышающие ожидания при покупке.
5. Коммуникации – это:
- а) взаимоотношения покупателя и компании;
- б) взаимоотношения между покупателями;
- в) взаимоотношения между конкурентами;
- г) взаимоотношения посредников и производителя.
6. Процесс управления маркетинговыми коммуникациями начинается с определения:
- а) миссии компании;
- б) целей;
- в) задач;
- г) нужды потребителя.
7. Перечислите этапы разработки и внедрения комплекса коммуникаций в компании:
- а) разработка планов коммуникации;
- б) повышение эффективности программ коммуникации;
- в) анализ расходов на программу коммуникации;
- г) анализ тенденций, влияющих на программу коммуникаций.
8. PR – дает следующие результаты:
- а) создание имиджа продукта;
- б) усиливает положительный имидж компании;
- в) подталкивает потребителя к товару, привлечение новых потребителей, готовых сделать моментальную покупку;
- г) вызывает ответную реакцию потребителей, способствует возникновению длительных отношений.
9. К преимуществам e-маркетинга относятся:
- а) удобство и охват аудитории;
- б) информативность и оперативность;
- в) снижение затрат;
- г) все выше перечисленные варианты верны.
10. Цель управления товаром – это:
- а) достичь удовлетворенности потребителей товаром;
- б) достичь удовлетворенности потребителей в процессе покупки.
- в) сформировать потребность в товаре;
- г) сформировать потребность в покупке товаров конкретной фирмы.

1. Организационная структура управления маркетингом представляет собой:

- а) создание условий для эффективной работы сотрудников;
- б) подбор специалистов по маркетингу, распределение задач, прав и ответственности, создание условий для эффективной работы сотрудников, организацию взаимодействия службы маркетинга с другими подразделениями;
- в) подбор специалистов по маркетингу, распределение задач, прав и ответственности, организацию взаимодействия службы маркетинга с другими подразделениями;
- г) руководство компании не интересуется организационной структурой, самое главное результат.

2. Управленческая деятельность в маркетинговом отделе осуществляется на трех уровнях (сверху – вниз):

- а) стратегический, тактический, оперативный;
- б) тактический, стратегический, оперативный;
- в) тактический, оперативный, стратегический;
- г) все выше перечисленные варианты верны.

3. На каком уровне маркетинг ставит производство в функциональную зависимость от объемов и структуры спроса:

- а) операционном;
- б) стратегическом;
- в) оперативном;
- г) тактическом.

4. Оперативное планирование маркетинга предполагает:

- а) определение целей развития;
- б) определение конкретных исполнителей и шагов (методов);
- в) определение конкретных мероприятий и сроков их исполнения;
- г) определение направлений развития.

5. Маркетинговая служба на фирме может быть организована по принципу:

- а) иерархическому;
- б) потребительскому;
- в) матричному;
- г) производственному.

6. Основным принцип проблемной формы организации маркетинга на фирме заключается в:

- а) регулярном применении экспертных методов анализа возникающих проблем;
- б) осуществлении маркетинговых мероприятий по решению различных проблем;
- в) создании административной группы различных специалистов для решения возникшей проблемы;
- г) распределении функций маркетинга внутри маркетинговой службы.

7. Целью стратегического маркетинга является:

- а) отслеживание эволюции заданного рынка, выявление существующих или потенциальных рынков или их сегмента на основе анализа потребностей, нуждающихся в удовлетворении;
- б) уточнение миссии, определение целей развития, разработка стратегии развития компании и пр.;
- в) выявление потребностей, которые компания будет удовлетворять;
- г) формирование имиджа фирмы.

8. Распределите по шагам процесс стратегического планирования в маркетинге:

- а) разработка общей стратегии;
- б) определение механизма контроля;
- в) проведение маркетингового исследования;
- г) определение целей компании.

9. Задачами операционного маркетинга являются:

- а) определение целей развития;
 - б) разработка стратегии развития;
 - в) детализация стратегии;
 - г) реализация стратегии.
10. Синонимом понятия «комплекс маркетинга» является:
- а) стратегия маркетинга;
 - б) план маркетинга;
 - в) правило 5 «Р»;
 - г) мероприятия по стимулированию.

Темы эссе
(рефератов, докладов, сообщений)
по дисциплине Менеджмент в издательском деле

1. Маркетинг как система управления
2. Маркетинговые решения в области управления продуктом
3. Маркетинговые решения в области управления товародвижением
4. Маркетинговые управленческие решения по ценам
5. Управление маркетинговыми коммуникациями
6. Планирование маркетинга
7. Маркетинговые решения в области формирования программы управления товаром
8. Организация службы маркетинга на предприятии
9. Управление сетевым маркетингом и интеграция
10. Методики оценки эффективности маркетинга
11. Оценка качественных параметров маркетинга
12. Управление маркетинговыми исследованиями
13. Контроль и аудит в системе маркетингового управления

Примерные критерии оценки (в баллах):

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если раскрыта суть рассматриваемого аспекта и причина его рассмотрения; описание существующих для данного аспекта проблем и предлагаемые пути их решения; доклад имеет презентацию; соблюден регламент при представлении доклада; представление, а не чтение материала; использованы нормативные, монографические и периодические источники литературы; четкость дикции; правильность и своевременность ответов на вопросы; оформление доклада в соответствии с требованиями сдачи его преподавателю;
- **17-24 баллов** выставляется студенту, если не выполнены любые два из вышеуказанных условий;
- **10-16 баллов** выставляется студенту, если не выполнены любые четыре из вышеуказанных условий;
- **1-10 баллов** выставляется студенту, если не выполнены любых шесть из указанных условий

Собеседование является средством контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

Критерии оценки (в баллах):

- 5 баллов выставляется студенту, если он выполняет все задания без ошибок, или допускает одну незначительную ошибку;
- 4 балла выставляется студенту, если он выполняет все задания, но допускает 2-3 негрубые ошибки;
- 3 балла выставляется студенту, если он выполняет все задания, но допускает грубые ошибки;
- 2 балла выставляется студенту, если он выполняет не все задания и допускает ошибки.

Разбор конкретных ситуаций – совместная деятельность группы

обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач.

Проект – продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся

Темы групповых проектов

по дисциплине Менеджмент в издательском деле

Групповые творческие проекты:

1. Разработать проект детского издания
2. Разработать проект художественного издания
3. Разработать проект учебного издания
4. Разработать проект научно-популярного издания
5. Разработать проект научного издания
6. Разработать проект справочного издания
7. Разработать проект иллюстрированного издания

Примерные критерии оценки (в баллах):

- Основные вопросы темы раскрыты
- Полнота раскрытия вопроса
- Использование научной литературы, нормативных актов при выполнении курсовой работы
- Оформление работы в соответствии с методическими указаниями
- Наличие выводов и предложений по теме работы
- Использование эмпирического материала при написании курсовой работы
- Стиль изложения и качество оформления работы

25-30 баллов выставляется студенту, если раскрыты все указанные выше условия;

17-24 баллов выставляется студенту, если не выполнены любые два из вышеуказанных условий;

10-16 баллов выставляется студенту, если не выполнены любые четыре из вышеуказанных условий;

1-10 баллов выставляется студенту, если не выполнены любых шесть из указанных условий

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

Основная литература:

1. Основы менеджмента. Учебник. Под редакцией: Бородушко И.В., Лукашевич В.В. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 272 с.
2. Основы менеджмента. Краткий курс / Под редакцией: Волков А. Я. Москва – Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2015. – 136 с.
3. Шарипов Ф.В. Психологические основы менеджмента: учебное пособие. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2014. – 296 с.
4. Ильенкова С.Д., Кузнецов В.И. Основы менеджмента. Учебно-методическое пособие. – М.: Евразийский открытый институт, 2014. – 239 с.
5. Эриашвили Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг. Учебное пособие. – Юнити-Дана, 2012. – 303 с.

Дополнительная литература:

Энциклопедия книжного дела. – М.: Юристъ, 1998. – 536 с. – (Книжное дело).

журналы:

- «Витрина»,
- «Книжный бизнес»,
- «Книжное дело»,
- «Полиграфист и издатель».

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.marketing.spb.ru>
2. <http://marketopedia.ru>
3. www.admarket.ru
4. www.advertology.ru
5. <http://www.sostav.ru/>
6. www.adme.ru
7. www.adwatch.ru
8. <http://www.adw.ru/>
9. <http://www.rwr.ru/>
10. ЭБС БашГУ: <https://bashedu.bibliotech.ru/>
11. Научная библиотека Башкирского государственного университета: <http://bashlib.ru/>
12. Университетская библиотека: <http://www.biblioclub.ru>
13. Publish: Дизайн, верстка, печать: <http://www.biblioclub.ru> – в разделе «Периодические издания»
14. Российская государственная библиотека: <http://www.rsl.ru>
15. Российская национальная библиотека: <http://www.nlr.ru>
16. Научная библиотека им. М. Горького при СПбГУ: <http://www.library.spbu.ru>
17. Научная электронная библиотека: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
18. Электронно-библиотечная система. Издательство «Лань»: <http://e.lanbook.com>

19. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика:
<http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
20. Вестник Воронежского государственного университета. Филология. Журналистика:
<http://www.vestnik.vsu.ru/content/phylolog/>
21. Вестник Самарского государственного университета. Гуманитарная серия: <http://vestnik-samgu.samsu.ru/gum/vestnikgum.html>
22. Факультет журналистики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова: <http://www.journ.msu.ru>
23. Факультет журналистики Санкт-Петербургского государственного университета:
<http://jf.spbu.ru>
24. Факультет журналистики Воронежского государственного университета: <http://jour.vsu.ru>

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса

по дисциплине

<p>Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы</p>	<p>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</p>	<p>Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа</p>
<p>1. <i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</i> аудитория № 425 (главный корпус), аудитория № 415 (главный корпус), аудитория № 414 (главный корпус), аудитория № 213 (главный корпус).</p> <p>2. <i>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</i> аудитория № 401 (главный корпус), аудитория № 425 (главный корпус), аудитория № 419 (главный корпус), аудитория № 417(главный корпус), аудитория № 415 (главный корпус).</p> <p>3. <i>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</i> аудитория № 401 (главный корпус), аудитория № 417(главный корпус), аудитория № 415 (главный корпус), аудитория № 410 (главный корпус), аудитория № 422 (главный корпус).</p> <p>4. <i>учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</i> аудитория № 415 (главный корпус), аудитория № 414 (главный корпус), аудитория № 410 (главный корпус), аудитория № 312 (главный корпус), аудитория № 422 (главный корпус).</p> <p>5. <i>помещения для самостоятельной работы:</i> Читальный зал № 1 (главный корпус)</p> <p>6. <i>помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования:</i> аудитория № 334 (главный корпус)</p>	<p>Аудитория № 401 Учебная мебель, доска; шкаф</p> <p>Аудитория № 425 Учебная мебель, доска</p> <p>Аудитория № 419 Учебная мебель, доска, шкаф</p> <p>Аудитория № 417 Учебная мебель, доска; экран настенный Classic Solution (1 шт.) модель W 243x182/3 MW-SO/W; проектор мультимедийный EPSON EB-X31 (1 шт.)</p> <p>Аудитория № 422 Лаборатория информационных технологий Учебная мебель, 10 компьютеров – системный блок PowerCool 4ядра 3,5 GHz/DDR4 8 Gb/ HDD 1Tb/ DVD-RW 450W/ клавиатура USB/ мышь USB /LCD монитор 21,5".</p> <p>Аудитория № 415 Учебная мебель, доска, экран настенный Classic Solution (1 шт.) модель W 243x182/3 MW-SO/W; проектор мультимедийный EPSON EB-2250U (1 шт.).</p> <p>Аудитория № 414 Учебная мебель, экран настенный для проектора DINON Electric L 274*366 MW (1 шт.), проектор мультимедийный MITSUBISHI EX 320U XGA, акустическая система APart MASK 4T-W (6 шт)</p> <p>Аудитория № 312 Учебная мебель, интерактивная доска SMART с проектором V25 – 1 шт., 12 компьютеров – системный блок USN Quad Core 3,2 GHz Gb / Hdd 500 Gb / H 81 / TX 450 W / мышь USB / LSD монитор 1,5" / Vin 10 Pro.</p> <p>Аудитория № 410 Лаборатория информационных технологий Учебная мебель, доска, 12 компьютеров в комплекте Моноблок iRU 502 21.5"/ клавиатура USB / мышь USB.</p> <p>Аудитория № 213 Учебная мебель, доска, мультимедиа проектор Aser P7500</p> <p>Читальный зал № 1 Учебная мебель, стенд по пожарной безопасности, моноблоки стационарные – 5 шт, принтер – 1 шт., сканер – 1 шт.</p> <p>Аудитория № 334 Учебная мебель, доска; шкаф</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г., лицензия - бессрочная</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г., лицензия – бессрочная.</p> <p>3. Adobe Photoshop CC. Договор № 005 от 19.03.2019 г., лицензия – срочная, 1 год (с 17.04.2019 г. по 17.04.2020 г.).</p> <p>4. Adobe InDesign CC. Договор № 005 от 19.03.2019 г., лицензия – срочная, 1 год (с 17.04.2019 г. по 17.04.2020 г.).</p> <p>5. Windows 10. Предусмотренная. Договор № 007 от 19.03.2019 г., лицензия – бессрочная.</p> <p>6. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle) http://www.gnu.org/licenses/gpl.html http://rusgpl.ru/rusgpl.pdf</p>

Перечень договоров ЭБС (за период, соответствующий сроку получения образования по ООП)		
Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2018/2019	Договор на БД периодических изданий между БашГУ и «ИВИС» № 133-П1650 от 03.07.2018	С 01.07.2018 до 30.06.2019
	Договор на ЭБС «Университетская библиотека онлайн» между БашГУ и «Нексмедиа» № 847 от 03.09.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
	Договор на ЭБС между БашГУ и издательством «Лань» № 848 от 03.09.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
	Соглашение на бесплатные коллекции в ЭБС между БашГУ и издательством «Лань» № 961 от 01.10.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
	Договор на доступ к электронным научным периодическим изданиям между БашГУ и РУНЭБ № 1262 от 11.12.2018	С 11.12.2018 по 31.12.2019
	Договор на БД диссертаций между БашГУ и РГБ № 095040040 от 27.02.2019	С 27.02.2019 по 26.02.2020

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.В.13 Менеджмент в издательском деле на 3 семестр

(наименование дисциплины)

очная

(форма обучения)

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	4/144
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	36,2
лекций	18
практических/ семинарских	18
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	107,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	

Форма(ы) контроля:

зачет 3 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/С ЕМ	Л Р	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Цели и задачи менеджмента Понятие и сущность менеджмента в издательском деле.	2	2		10	<p>Основная литература</p> <p>1 Основы менеджмента. Учебник Под редакцией: Бородушко И. В., Лукашевич В. В. М.: Юнити-Дана, 2012. – 3-27 с. .</p> <p>2 Егорова Т. И Основы менеджмента. Краткий курс Под редакцией: Волков А. Я. Москва — Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2005. – 5-33 с</p> <p>Эриашвили Н. Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг. Учебное пособие Юнити-Дана, 2009 31-38</p> <p>Интернет ресурсы и журналы По дополнительному ежемесячно обновляемому списку актуальных тематическим материалов (источники указаны в списке литературы)</p>	Ознакомиться с предложенной литературой. Ответить на вопросы соответствующего пункта разделов «Тематический план ПЗ» и «Вопросы к зачету»	Письменный контроль, проверка конспектов предложенной литературы
2.	Эволюция теории менеджмента	2	2		10	<p>Основная литература</p> <p>4 Ильенкова С. Д., Кузнецов В. И. Основы менеджмента. Учебно-методическое пособие М.: Евразийский открытый институт, 2011. – с 8-27.</p>	Ознакомиться с предложенной литературой.	Письменный контроль, проверка

	а в России и за рубежом.					Интернет ресурсы и журналы По дополнительному ежемесячно обновляемому списку актуальных тематическим материалов (источники указаны в списке литературы)	Ответить на вопросы соответствующего пункта разделов «Тематический план ПЗ» и «Вопросы к зачету»	конспектов предложенной литературы
3.	Менеджмент в издательском деле; внутренняя и внешняя среда менеджмента	2	2		10	Основная литература 2 Основы менеджмента. Краткий курс Под редакцией: Волков А. Я. Москва — Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2005. – 43-56 с 4 Ильенкова С. Д., Кузнецов В. И. Основы менеджмента. Учебно-методическое пособие М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 56-79с. Интернет ресурсы и журналы По дополнительному ежемесячно обновляемому списку актуальных тематическим материалов (источники указаны в списке литературы)	Ознакомиться с предложенной литературой. Ответить на вопросы соответствующего пункта разделов «Тематический план ПЗ» и «Вопросы к зачету»	Письменный контроль, проверка конспектов предложенной литературы
4.	Основные функции управления в издательском деле: планирование, организация, мотивация, контроль	2	2		10	Основная литература 1 Основы менеджмента. Учебник Под редакцией: Бородушко И. В., Лукашевич В. В. М.: Юнити-Дана, 2012. – 27-34 с. Егорова Т. И. 2 Основы менеджмента. Краткий курс Под редакцией: Волков А. Я. Москва — Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2005. – 16-31 с Шарипов Ф. В. Психологические основы менеджмента: учебное пособие М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2008. – 124-137 Эриашвили Н. Д. Книгоиздание. Менеджмент.	Ознакомиться с предложенной литературой. Ответить на вопросы соответствующего пункта разделов «Тематический план ПЗ» и «Вопросы к зачету»	Письменный контроль, проверка конспектов предложенной литературы

					<p>Маркетинг. Учебное пособие Юнити-Дана, 2009 38-45</p> <p>Интернет ресурсы и журналы По дополнительному ежемесячно обновляемому списку актуальных тематическим материалов (источники указаны в списке литературы)</p>		
5.	<p>Менеджер и его роль в издательском деле. Требования, предъявляемые к менеджеру.</p>	2	2		<p>10</p> <p>Основная литература Шарипов Ф. В. Психологические основы менеджмента: учебное пособие М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2008. 60-100.</p> <p>4 Ильенкова С. Д., Кузнецов В. И. Основы менеджмента. Учебно-методическое пособие М.: Евразийский открытый институт, 2011. - 239 с.</p> <p>Интернет ресурсы и журналы По дополнительному ежемесячно обновляемому списку актуальных тематическим материалов (источники указаны в списке литературы)</p>	<p>Ознакомиться с предложенной литературой. Ответить на вопросы соответствующего пункта разделов «Тематический план ПЗ» и «Вопросы к зачету»</p>	<p>Письменный контроль, проверка конспектов предложенной литературы</p>
6	<p>Издательство как субъект управления</p>	2	2		<p>10</p> <p>Основная литература 2 Основы менеджмента. Краткий курс Под редакцией: Волков А. Я. Москва — Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2005. – 43-56 с</p> <p>3 4 Ильенкова С. Д., Кузнецов В. И. Основы менеджмента. Учебно-методическое пособие М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 56-79 с. Эриашвили Н. Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг. Учебное пособие Юнити-Дана, 2009 46-87</p>	<p>Ознакомиться с предложенной литературой. Ответить на вопросы соответствующего пункта разделов «Тематический план ПЗ» и «Вопросы к зачету»</p>	<p>Письменный контроль, проверка конспектов предложенной литературы</p>

						Интернет ресурсы и журналы По дополнительному ежемесячно обновляемому списку актуальных тематическим материалов (источники указаны в списке литературы)		
7	Виды и объекты управленческой деятельности. Системный подход к организации управления.	6	6		37,8	Основная литература 1 Основы менеджмента. Учебник Под редакцией: Бородушко И. В., Лукашевич В. В. М.: Юнити-Дана, 2012. – 35-48с. 2 Основы менеджмента. Краткий курс Под редакцией: Волков А. Я. Москва — Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2005. – 31-43 с Интернет ресурсы и журналы По дополнительному ежемесячно обновляемому списку актуальных тематическим материалов (источники указаны в списке литературы)	Ознакомиться с предложенной литературой. Ответить на вопросы соответствующего пункта разделов «Тематический план ПЗ» и «Вопросы к зачету».	Письменный контроль, проверка конспектов предложенной литературы
	Всего часов:	18	18		107,8			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Б1.В.13 Менеджмент в издательском деле на 3 семестр

(наименование дисциплины)

заочная

(форма обучения)

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	4/144
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	8,2
лекций	4
практических/ семинарских	4
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	131,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	4

Форма(ы) контроля:

зачет 3 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/С ЕМ	Л Р	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Цели и задачи менеджмента Понятие и сущность менеджмента в издательском деле.	1	1		20	<p>Основная литература</p> <p>1 Основы менеджмента. Учебник Под редакцией: Бородушко И. В., Лукашевич В. В. М.: Юнити-Дана, 2012. – 3-27 с. .</p> <p>2 Егорова Т. И Основы менеджмента. Краткий курс Под редакцией: Волков А. Я. Москва — Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2005. – 5-33 с</p> <p>Эриашвили Н. Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг. Учебное пособие Юнити-Дана, 2009 31-38</p> <p>Интернет ресурсы и журналы По дополнительному ежемесячно обновляемому списку актуальных тематическим материалов (источники указаны в списке литературы)</p>	Ознакомиться с предложенной литературой. Ответить на вопросы соответствующего пункта разделов «Тематический план ПЗ» и «Вопросы к зачету»	Письменный контроль, проверка конспектов предложенной литературы
2.	Эволюция теории менеджмента в России и за рубежом.				10	<p>Основная литература</p> <p>4 Ильенкова С. Д., Кузнецов В. И. Основы менеджмента. Учебно-методическое пособие М.: Евразийский открытый институт, 2011. – с 8-27.</p> <p>Интернет ресурсы и журналы</p>	Ознакомиться с предложенной литературой. Ответить на вопросы соответствующего пункта разделов	Письменный контроль, проверка конспектов предложенной литературы

					По дополнительному ежемесячно обновляемому списку актуальных тематическим материалов (источники указаны в списке литературы)	«Тематический план ПЗ» и «Вопросы к зачету»	
3.	Менеджмент в издательском деле; внутренняя и внешняя среда менеджмента	1	0	10	<p>Основная литература</p> <p>2 Основы менеджмента. Краткий курс Под редакцией: Волков А. Я. Москва — Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2005. – 43-56 с</p> <p>4 Ильенкова С. Д., Кузнецов В. И. Основы менеджмента. Учебно-методическое пособие М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 56-79с.</p> <p>Интернет ресурсы и журналы По дополнительному ежемесячно обновляемому списку актуальных тематическим материалов (источники указаны в списке литературы)</p>	<p>Ознакомиться с предложенной литературой.</p> <p>Ответить на вопросы соответствующего пункта разделов «Тематический план ПЗ» и «Вопросы к зачету»</p>	Письменный контроль, проверка конспектов предложенной литературы
4.	Основные функции управления в издательском деле: планирование, организация, мотивация, контроль	0	0	10	<p>Основная литература</p> <p>1 Основы менеджмента. Учебник Под редакцией: Бородушко И. В., Лукашевич В. В. М.: Юнити-Дана, 2012. – 27-34 с. Егорова Т. И.</p> <p>2 Основы менеджмента. Краткий курс Под редакцией: Волков А. Я. Москва — Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2005. – 16-31 с</p> <p>Шарипов Ф. В. Психологические основы менеджмента: учебное пособие М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2008. – 124-137</p> <p>Эриашвили Н. Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг. Учебное пособие Юнити-Дана, 2009 38-45</p> <p>Интернет ресурсы и журналы По дополнительному ежемесячно обновляемому</p>	<p>Ознакомиться с предложенной литературой.</p> <p>Ответить на вопросы соответствующего пункта разделов «Тематический план ПЗ» и «Вопросы к зачету»</p>	Письменный контроль, проверка конспектов предложенной литературы

					списку актуальных тематическим материалов (источники указаны в списке литературы)		
5.	Менеджер и его роль в издательском деле. Требования, предъявляемые к менеджеру.	1	1	10	<p>Основная литература Шарипов Ф. В. Психологические основы менеджмента: учебное пособие М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2008. 60-100.</p> <p>4 Ильенкова С. Д., Кузнецов В. И. Основы менеджмента. Учебно-методическое пособие М.: Евразийский открытый институт, 2011. - 239 с.</p> <p>Интернет ресурсы и журналы По дополнительному ежемесячно обновляемому списку актуальных тематическим материалов (источники указаны в списке литературы)</p>	Ознакомиться с предложенной литературой. Ответить на вопросы соответствующего пункта разделов «Тематический план ПЗ» и «Вопросы к зачету»	Письменный контроль, проверка конспектов предложенной литературы
6	Издательство как субъект управления		1	40	<p>Основная литература 2 Основы менеджмента. Краткий курс Под редакцией: Волков А. Я. Москва — Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2005. – 43-56 с</p> <p>3 4 Ильенкова С. Д., Кузнецов В. И. Основы менеджмента. Учебно-методическое пособие М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 56-79 с. Эриашвили Н. Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг. Учебное пособие Юнити-Дана, 2009 46-87</p> <p>Интернет ресурсы и журналы По дополнительному ежемесячно обновляемому списку актуальных тематическим материалов (источники указаны в списке литературы)</p>	Ознакомиться с предложенной литературой. Ответить на вопросы соответствующего пункта разделов «Тематический план ПЗ» и «Вопросы к зачету»	Письменный контроль, проверка конспектов предложенной литературы
7	Виды и объекты	1	1	31.8	Основная литература 1 Основы менеджмента. Учебник Под редакцией:	Ознакомиться с предложенной	Письменный контроль,

	<p>управленческой деятельностью и. Системный подход к организации управления.</p>				<p>Бородушко И. В., Лукашевич В. В. М.: Юнити-Дана, 2012. – 35-48с.</p> <p>2 Основы менеджмента. Краткий курс Под редакцией: Волков А. Я. Москва — Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2005. – 31-43 с</p> <p>Интернет ресурсы и журналы По дополнительному ежемесячно обновляемому списку актуальных тематическим материалов (источники указаны в списке литературы)</p>	<p>литературой. Ответить на вопросы соответствующего пункта разделов «Тематический план ПЗ» и «Вопросы к зачету».</p>	<p>проверка конспектов предложенной литературы</p>
	Всего часов:	4	4	131,8			

Рейтинг – план дисциплины

Б1.В.13 - Менеджмент в издательском деле
(название дисциплины согласно рабочему учебному плану)

направление/специальность Издательское дело курс 2, семестр 3

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1. Введение в экономику издательского дела				
Текущий контроль				40
1. Эссе	10	2	0	20
2. Реферат	1	10	0	10
3. Сообщение	1	10	0	10
Рубежный контроль				10
1. Тестирование	5	2	0	5
Модуль 2. Ценообразование. Доходы. Расходы				
Текущий контроль				40
1. Эссе	1	10	0	10
2. Доклад	10	2	0	20
3. Проект	5	2	0	10
Рубежный контроль				10
1. Письменная контрольная работа	5	2	0	10
Поощрительные баллы				
1. Участие в конференции	5	1	0	5
2. Участие в студенческой олимпиаде	5	1	0	5
Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)				
1. Посещение лекционных занятий	1	18	0	-18
2. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)	1	18	0	-18
Итоговый контроль				
1. Зачет (дифференцированный зачет)	80	1	49	100
Итого:	80	1	49	110