

ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки 035000.68 – «Издательское дело»
Квалификация (степень): магистратура
Нормативный срок обучения по очной форме 2 года
Трудоемкость (в зачетных единицах): 120 з.е.
Объем программы магистратуры за один учебный год: реализуемой в очной форме – 60 з.е.

Образовательная программа высшего образования обеспечивает подготовку по направлению «Издательское дело».

Общая характеристика ООП

ООП магистратуры, реализуемая МГГЭУ, по направлению подготовки магистров 035000.68 «Издательское дело» представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Университетом с учетом требований рынка труда на основе ФГОС ВПО, а также с учетом рекомендованной примерной ОП по соответствующему направлению подготовки магистратуры (для ФГОС ВПО).

ООП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы дисциплин и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы практик, учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

Цели и задачи ООП

Целью ООП ФГОС ВПО является:

методическое обеспечения учебного процесса и предполагает формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по данному направлению подготовки.

В области обучения общими целями ООП являются:

- удовлетворение потребностей общества и государства в фундаментально образованных специалистах в сфере издательского дела, владеющих современными технологиями в области профессиональной деятельности;

- удовлетворение потребности личности в овладении общекультурными

и профессиональными компетенциями, позволяющими ей быть востребованной на рынке труда и в обществе, способной к социальной и профессиональной мобильности.

Цель ООП ВПО В области воспитания направлена: на формирование значимых социально-личностных качеств студентов, таких как целеустремленность, организованность, трудолюбие, ответственность, гражданственность, коммуникабельность, повышение их общей культуры, толерантности.

Специфика обучаемого контингента, большую часть которого составляют лица с ограниченными возможностями здоровья, обуславливает постановку в качестве одной из главных целей воспитание терпимости, эмпатии, готовности к взаимопомощи.

Конкретизация общей цели осуществлена содержанием последующих разделов ООП и отражена в совокупности компетенций как результатов освоения ООП.

Главная стратегическая цель ООП магистратуры по направлению подготовки 035000 Издательское дело магистерская программа - закрепление статуса престижного и конкурентоспособного направления подготовки в МГГЭУ, надежно поставляющего высококвалифицированные, обладающие необходимыми компетенциями, востребованные на рынке труда кадры.

Задачи ООП:

-привитие знания соответствующих теоретических основ и умения применять их в своей научно-исследовательской, практически-прикладной и проектной деятельности,

-развитие способностей повышать общекультурный и профессиональный уровень, самостоятельно осваивать новые методы исследования, изменять профиль своей профессиональной деятельности, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия.

Характеристика профессиональной деятельности выпускников.

Область профессиональной деятельности магистров,

включает подготовку, выпуск и распространение издательской продукции в печатной и цифровой форме и предполагает практическую, научную и педагогическую деятельность:

в сфере практической деятельности область охватывает технологию, технические и программные средства, управление, экономику и маркетинг в области издательского дела, редакционную подготовку и распространение издательской продукции;

в сфере научной и педагогической деятельности - разработку и внедрение инновационных технологий подготовки, выпуска и распространения печатных и электронных средств информации, научно-педагогическую работу.

Объектами профессиональной деятельности выпускников,

освоивших программу магистратуры, являются:

книга, журнал, газета; печатное издание, электронное издание; текст, нетекстовые элементы; произведение литературы; вербальная и визуальная информация; авторский оригинал, издательский оригинал; цифровой документ; средства и технологии обработки, хранения, передачи, вывода и распространения информации; технологии редакционно-издательской деятельности, распространения издательской продукции, информационное и организационно-управленческое обеспечение издательского дела; научное знание в области издательского дела.

Виды профессиональной деятельности

Магистр по направлению подготовки 035000 Издательское дело готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

научно-исследовательская;
научно-педагогическая;
издательский маркетинг;
редакционная подготовка печатных и электронных изданий;
управление издательскими процессами;
распространение издательской продукции.

Задачи профессиональной деятельности

Выпускник, освоивший программу магистратуры, в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа магистратуры, должен быть готов решать определенные профессиональные задачи.

научно-исследовательская деятельность:
анализ основных тенденций развития отечественного и зарубежного рынков печатных и электронных изданий;

научное обоснование, разработка и внедрение инновационных редакционно-издательских, маркетинговых и информационных технологий в издательском деле;

изучение роли и места печатных и электронных средств информации в информационном обществе;

изучение и обобщение опыта отечественного и зарубежного издательского дела;

научно-педагогическая деятельность:

владение методикой преподавания профессиональных дисциплин;

осуществление педагогической деятельности и воспитательной работы;

умение создавать необходимое учебно-методическое обеспечение профессиональных дисциплин;

издательский маркетинг:

формирование маркетинговой стратегии;

анализ конкурентной среды и выработка мер по повышению конкурентоспособности издательской продукции;

разработка тематических планов;

определение информационной политики издательской структуры;

выбор и применение маркетинговых моделей для каждого издательского сегмента;

организация работы по изучению и формированию спроса на издательскую продукцию;

формирование и координация рекламной политики;

анализ клиентской базы и разработка предложений по ее расширению;

редакционная подготовка печатных и электронных изданий:

разработка проектов книжных, журнальных, газетных, электронных и других изданий;

реализация тематических планов;

организация и координация работы по рецензированию авторских заявок и авторских оригиналов;

организация процесса подготовки издательских оригиналов;

использование информационных технологий и программного обеспечения;

обеспечение технической подготовки электронных изданий;

подготовка баз данных издательского профиля;

оценка качества редакционной подготовки печатных и электронных изданий;

управление издательскими процессами:

планирование и организация работы структурного подразделения издающей организации;

координация и контроль редакционно-издательских процессов;

разработка бизнес-планов издательских проектов;

использование финансовых инструментов для принятия управленческих решений и осуществления контроля их выполнения;

контроль реализации текущих и перспективных планов;

управление инновациями в издательском деле;

организация управления качеством издательской продукции;

распространение издательской продукции:

разработка и планирование мероприятий по продвижению и реализации издательской продукции;

формирование ассортимента предприятия распространения издательской продукции;
управление товарными потоками печатных и электронных изданий;
координация бизнес-процессов закупки и распространения изданий;
организация работы отделов реализации издающих организаций и подразделений предприятий распространения издательской продукции;
оптимизация использования каналов распространения издательской продукции.

Структура образовательной программы магистратуры

Код УЦ ОП	Учебные циклы, разделы и проектируемые результаты их освоения	Трудоемко сть (зачетные единицы) ¹⁾	Перечень дисциплин для разработки примерных программ, а также учебников и учебных пособий	Коды формир уемых компете нций
М.1	<p>Общенаучный цикл Базовая часть В результате изучения дисциплин базовой части цикла обучающийся должен:</p> <p>знать: сущность основных понятий и определений научно-исследовательского процесса; сущность законов, методов и правил научного познания; этапы научного исследования и их содержание; основы вузовской педагогики и методики преподавания в вузе; современный уровень, модели и стадии преподавания профессиональных дисциплин;</p>	12–22 4–7	<p>Методология и методика научного познания Педагогика и методика преподавания</p>	<p>ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10</p>

Продолжение цикла М.1

	<p>основные методы и способы, используемые в преподавании профессиональных дисциплин;</p> <p>уметь: рационально использовать понятийно-категорийный аппарат научного познания; правильно использовать законы, методы и правила научного познания;</p> <p>организовать педагогический процесс подготовки кадров по профессиональным дисциплинам; выбрать методы и средства преподавания профессиональных дисциплин;</p> <p>владеть: культурой научно-исследовательской и научно-педагогической работы; инструментарием проведения научных исследований в соответствии с методологией и методикой научного познания; навыками разработки программ и планов проведения научного исследования;</p> <p>навыками и умениями преподавания профессиональных дисциплин.</p>			
	<p>Вариативная часть (знания, умения, навыки определяются ООП вуза)</p>		<p><i>(перечень модулей и дисциплин определяется ООП вуза)</i></p>	
<p>М.2</p>	<p>Профессиональный цикл Базовая (общепрофессиональная) часть В результате изучения базовой части цикла студент должен:</p> <p>знать: управленческие аспекты маркетинга, его роль в системе стратегического менеджмента; основы формирования ориентированной на маркетинг системы управления издательскими структурами; основы теории управления</p>	<p>38–48 10–14</p>	<p>Маркетинг-менеджмент в издательском деле Управление инновациями в издательском деле</p>	<p>ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7,</p>

Продолжение цикла М.2

	<p>изменениями в организациях; содержание инновационной политики и условий, определяющих ее эффективность;</p> <p>основные инновационные стратегии и условия их реализации;</p> <p>уметь: использовать интегрированные маркетинговые функции применительно к стратегическому менеджменту в издательстве;</p> <p>организовать основные процессы и технологии издательского производства, для которых инновационная деятельность наиболее характерна, с учетом основных факторов успеха нововведений; генерировать идеи будущих инноваций;</p> <p>владеть: навыками организации маркетинговой деятельности в издающей организации и на предприятии распространения издательской продукции;</p> <p>информацией об источниках инновационных возможностей в издательском деле;</p> <p>организационным инструментарием управления нововведениями;</p> <p>методами управления изменениями в организациях, обусловленными нововведениями</p>			<p>ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20, ПК-21, ПК-22, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-26, ПК-27, ПК-28, ПК-29, ПК-30, ПК-31, ПК-32, ПК-33, ПК-34, ПК-35, ПК-36, ПК-37, ПК-38, ПК-39, ПК-40</p>
	<p>Вариативная часть (знания, умения, навыки определяются ООП вуза)</p>			
М.3	<p>Практики и научно-исследовательская работа (практические умения и навыки определяются ООП вуза)</p>	42–48		<p>ОК-1–7, ПК-1–40</p>
М.4	<p>Итоговая государственная аттестация</p> <p>Общая трудоемкость основной образовательной программы</p>	<p>12–18</p> <p>120</p>		<p>ОК-1–7, ПК-1–40</p>