

**Вопросы к экзамену по дисциплине**  
**Маркетинг-менеджмент в издательском деле**  
**группа ЗМКН-0119 (42.04.03 – Издательское дело)**

1. Управление издательской политикой. Цели и задачи финансового маркетинга
2. Финансовые ресурсы. Понятие капитала издательства. Источники пополнения капитала.
3. Основной и оборотный капитал издательства. Их характеристика и особенности.
4. Показатели эффективности издательства. Себестоимость, рентабельность, прибыль.
5. Валовая и чистая прибыль издательства. Методы менеджера по повышению валовой прибыли.
6. Функционально-стоимостной анализ издательского процесса.
7. Планирование прибыли. Два метода расчета прибыли.
8. Три стадии ценообразования. Анализ зависимости между тиражом, отпускной ценой и прибылью от издания.
9. Книжный рынок, цена и спрос. Прогноз рынка.
10. Ценовая политика. Прибыль. Маржа. Факторы, влияющие на цену издания.
11. Три основных варианта ведения ценовой политики. Безубыточный тираж. Сверхприбыль.
12. Расчет цены издания методом полных издержек.
13. Этапы процесса ценообразования в издательстве.
14. Маркетинговые коммуникации. Сбыт, Реклама
15. Четыре стратегии вывода издания на книжный рынок.
16. Товарная политика и ассортиментные стратегии.
17. Конъюнктура книжного рынка и его составляющие: спрос, предложение, конкуренция.
18. Репертуарная политика издательства. Построение матрицы БКГ и Ансоффа.
19. Книга как особый товар. Жизненный цикл книги. Примеры.
20. Показатели эластичности спроса на книги по группам книжных товаров.
21. Маркетинг-микс издательства. Составляющие издательского маркетинга.
22. Факторы конкурентоспособности издательства.
23. Методы оценки внутренней и внешней среды издательства. Риски издательства.
24. Эффективность рекламной компании.