

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ИНКЛЮЗИВНОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

Факультет социологии и журналистики
Кафедра книговедения и редактирования

«Утверждаю»

Декан



27.08.2018 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ АВТОРОВ

43.03.03 «Издательское дело»

«Книгоиздательское дело»

наименование профиля подготовки

Москва 2018

Составитель / составители: доцент кафедры книговедения и редактирования факультета книгоиздания и редактирования Холодных Галина Викторовна.

Холодных

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры книговедения и редактирования протокол № 1 от «27» августа 2018 г.

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры журналистики и редакционно-издательских технологий, протокол № 1 от «26» 08 2019 г.

Заведующий кафедрой

Тюрина

/ Тюрина Л.Г./

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры журналистики и редакционно-издательских технологий, протокол № 11 от «17» 06 2020 г.

Заведующий кафедрой

Федоров

/ Федоров А.О./

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 1. Паспорт фонда оценочных средств..... | 4 |
| 2. Перечень компетенций | 5 |
| 3. Примерный перечень оценочных средств..... | 6 |
| 4. Описание показателей и критериев оценивания компетенций..... | |
| 5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций и материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации..... | 9 |

1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Современные стратегии продвижения

| № п/п | Наименование раздела (темы) | Содержание раздела (тематика занятий) | Формируемые компетенции (индекс) |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| | 1. Раздел. «Издательские стратегии и современный литературный процесс» | | ОПК-7, ПК 19, ПК 36, ПК 35 |
| 1. | Тема 1.1. Введение в дисциплину | <p>«Современные стратегии продвижения авторов» как учебная дисциплина.</p> <p>Цели, предмет и объект дисциплины.</p> <p>Структура дисциплины, ее связь с другими дисциплинами учебного цикла.</p> <p>Методологические основы и источники изучения дисциплины, методика работы над ее освоением.</p> | ОПК-7, ПК 19, ПК 36, ПК 35 |
| 2. | Тема 1.2. Издательская практика современный литературный процесс | <p>Литературный процесс как отражение процесса общественной коммуникации.</p> <p>Эволюция и профессионализация литературной деятельности. Современное состояние и тенденции развития литературной профессиональной деятельности.</p> | ОПК-7, ПК 19, ПК 36, ПК 35 |
| 3 | Тема 1.3. Творческое сотрудничество издателя и автора | <p>Основные тенденции современного литературного процесса.</p> <p>Издательские стратегии в работе с авторами.</p> | ОПК-7, ПК 19, ПК 36, ПК 35 |
| | 2. Раздел. «Формы и методы работы издателей с авторами на современном этапе» | | ОПК-7, ПК 19, ПК 36, ПК 35 |
| 1. | Тема 2.1. Эффективное сотрудничество издателя и автора | Способы организации работы издателя с авторами | ОПК-7, ПК 19, ПК 36, ПК 35 |
| 2. | Тема 2.2. Планирование работы с авторами | <p>Авторские и издательские проекты.</p> <p>Оценка авторских заявок как средство для планирования работы издательства.</p> | ОПК-7, ПК 19, ПК 36, ПК 35 |
| 3. | Тема 2.3. Издательский портфель | <p>Формирование издательского портфеля.</p> <p>Мониторинг состояния книжного рынка.</p> | ОПК-7, ПК 19, ПК 36, ПК 35 |
| | 3. Раздел. «Стратегии продвижения авторов в русле продвижения издательских продуктов» | | ОПК-7, ПК 19, ПК 36, ПК 35 |
| 1. | Тема 3.1. Способы | Понятие «авторское произведение», | ОПК-7, ПК 19, |

| | | | |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| | продвижения авторов (авторского произведения, литературного цикла, авторского цикла, авторской серии) | <p>«литературный цикл», «авторский цикл» (автор-создатель и автор-составитель совпадают), «неавторский цикл» (автор-создатель и автор-составитель не совпадают), «авторская серия».</p> <p>Современные способы их продвижения: книжные ярмарки, книжные выставки, книжные фестивали; встречи авторов с читателями, в том числе с участием издателей (реальные и виртуальные) в рамках литературных клубов, мероприятий литературных обществ и других культурных мероприятий.</p> <p>Сотрудничество издателей с различными литературными кружками, литературными обществами.</p> <p>Институт литературных премий как важный инструмент отбора качественной литературы для читателя и продвижения автора.</p> <p>Институт книжных премий как важный инструмент продвижения автора.</p> <p>Литературный блогинг, сетевое рецензирование, анонсы в сетевых СМИ, на форумах, в чатах.</p> <p>Оценка рейтингов произведений на литературных читательских платформах как средство отбора произведений для печатного книгоиздания.</p> <p>Взаимодействие издательства с электронными библиотеками.</p> <p>Взаимодействие издательств с платформами для самопубликации в интернете.</p> | ПК 36, ПК 35 |
| 2. | Тема Авторский бренд: способы продвижения | <p>3.2.</p> <p>Понятие «авторский бренд».</p> <p>Современные способы продвижения авторского бренда:</p> <p>самопромоушн: встречи с читателями, автограф-сессии, интервью, блоги, лекции и видеоуроки и другие формы паблисити</p> | ОПК-7, ПК 19, ПК 36, ПК 35 |

| | | | |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| | 4. Раздел. «Организационная, маркетинговая и книгораспространительская деятельность, связанная с продвижением авторов» | | ОПК-7, ПК 19, ПК 36, ПК 35 |
| 1. | Тема Организация работы редакции | 4.1. Классификация типов воздействия на массовое сознание в сфере коммуникации; Организационно-правовые аспекты работы редакции по продвижению авторов. Организация работы редакции и управление редакционным коллективом: состав и структура. | ОПК-7, ПК 19, ПК 36, ПК 35 |
| 2. | Тема 4.2. Рынки сбыта. | Состояние рынка книгоиздания в России. Каналы продвижения продукции, книжные сети, Интернет-торговля. | ОПК-7, ПК 19, ПК 36, ПК 35 |
| 3. | Тема 4.3. Заключение | Итоги изучения дисциплины. Нерешенные проблемы в области продвижения авторов. | ОПК-7, ПК 19, ПК 36, ПК 35 |

авторов»

2. Перечень компетенций

Задачами изучения дисциплины является:

- дать знания об особенностях взаимоотношений с авторами (соавторами, авторскими коллективами);
- изучить формы и методы работы редактора с авторами (соавторами, авторскими коллективами);
- обладать навыками разработки модели продвижения литературного продукта конкретного автора (соавторов, авторского коллектива) (отдельного произведения, авторского цикла, авторской серии, авторского бренда);

Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

- ОПК-7; способностью использовать информационные технологии и программные средства обработки информации в профессиональной деятельности
- ПК-19; способностью оценивать авторские заявки и авторские оригиналы
- ПК-36; способностью подготавливать издательские (лицензионные) договоры, вести их реестр
- ПК-35 способностью организовывать работу с авторами

| Код компетенции | Содержание компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОПК-7; | способностью использовать информационные технологии и программные средства обработки информации в профессиональной деятельности | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные программные средства для создания издательских продуктов <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать основные программные средства для создания издательских продуктов <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы с конкретными программными средствами для создания издательских продуктов |
| ПК-19; | способностью оценивать авторские заявки и авторские оригиналы | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные принципы эффективной работы с авторами; – формы и методы работы редактора над авторским произведением, авторским циклом, авторской серией, формированием авторского бренда; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать концепцию авторского произведения, авторского цикла, авторской серии, авторского бренда; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью генерировать совместно с автором концепцию авторского произведения, авторского цикла, авторской серии, авторского бренда; |
| ПК-36; | способностью подготавливать издательские (лицензионные) договоры, вести их реестр | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – юридические и правовые основы работы в сфере авторского права; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять юридические и правовые основы работы в сфере |

| | | |
|-------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <p>авторского права</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью подготавливать издательские (лицензионные) договоры, вести их реестр |
| ПК-35 | способностью организовывать работу с авторами | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формы и методы работы редактора с авторами <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять редакционную подготовку авторских рукописей; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью отслеживать обстановку в сфере современного литературного процесса, осуществлять отбор авторских произведений и формирование авторского коллектива для подготовки изданий |

3. Примерный перечень оценочных средств

| № | Наименование оценочного средства | Характеристика оценочного средства | Представление оценочного средства в ФОС | Методы оценки результата |
|---|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 1 | Фронтальный опрос | Оценочные средства, позволяющие обучающихся в процессе обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. | Перечень дискуссионных тем для проведения фронтального опроса | экспертный |
| 2 | Реферат | Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и | Тематика рефератов | экспертный |

| | | | | |
|----------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| | | аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. | | |
| 3 | Контрольная работа | Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу | Комплект контрольных заданий, в том числе для проведения промежуточного контроля оценки знаний | экспертный |
| 4 | Коллоквиум | Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися. | Вопросы по темам/разделам дисциплины | экспертный |

4. Критерии оценки презентации доклада, сообщения, выполненных в форме презентации по реферату

| | Минимальный ответ | Изложенный, раскрытый ответ | Законченный, полный ответ | Образцовый, примерный ответ |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Раскрытие проблемы | Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы | Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы | Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы | Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы |
| Представление | Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины | Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина | Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов | Представляемая информация не систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов |
| Оформление | Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации | Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации | Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации | Широко использованы технологии (PowerPoint и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации |
| Ответы | Нет ответов на вопросы | Только ответы на элементарные вопросы | Ответы на вопросы полные и/или частично полные | Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений |

| | | | | |
|---------------|---------------------|-------------------|--------|---------|
| Оценка | неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | отлично |
|---------------|---------------------|-------------------|--------|---------|

5. Перечень дискуссионных тем для коллоквиума

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Организация входного, текущего и промежуточного контроля обучения

Входное тестирование:

1. Укажите мероприятия по исследованию вопросов, связанных с продукцией издательства:

- изучение своей «ниши» рынка, где издательство имеет преимущества по сравнению с конкурентами;
- изучение регулярности обновления информации при выпуске издания;
- изучение меры накопления материалов.

2. Укажите, когда возникает необходимость в издательском маркетинге:

- с возникновением конкуренции;
- с возникновением художественной литературы;
- с возникновением самого издательского рынка.

3. Укажите концепции маркетинга:

- производственная;
- общественной морали;
- товарная;
- сбытовая;
- потребительская
- социально-этического маркетинга.

Текущий контроль:

1. Автор это:

- физические лица, творческим трудом которого создано произведение;
- декламатор;

физические лица, творческим трудом которого произведение подготовлено к изданию.

1. Каким законодательным актом РФ регулируется авторское право:

- Уголовным кодексом;
- Гражданским кодексом РФ. Ч. 4. Раздел 7;
- Трудовым кодексом.

3. Что такое авторский бренд:

- комплекс представлений издателя об авторе;
- комплекс представлений читателя об издании;
- комплекс элементов фирменного стиля автора, широко известного товарного знака, охраняемого правом интеллектуальной собственности.

4. Что такое авторская серия:

- разновидность книжной серии, включающая произведения одного автора (соавторов);
- продолжающееся издание;
- сборник произведений одного автора.

5. Что такое авторский цикл:

- группа произведений, составленная и объединенная самим автором и представляющая собой художественное целое, воплощающих авторскую концепцию
- собрание сочинений одного автора;
- сборник произведений одного автора.

Промежуточная аттестация –

5.2. Тематика рефератов, проектов, творческих заданий, эссе и т.п.

Темы рефератов:

1. Авторский цикл как способ реализации авторского проекта
2. Авторская серия как способ реализации авторского проекта
3. Авторская серия как способ реализации издательского проекта
4. Литературный цикл как способ реализации авторского замысла
5. Авторский бренд: особенности продвижения
6. Авторский стиль: специфика подачи в рамках издательского проекта
7. Автор и издатель: особенности взаимодействия
8. Издательская серия как реализация совместного проекта автора и издателя
9. Стратегии продвижения авторской серии издателем
10. Стратегии продвижения отдельных авторских произведений издателем

5.3. Курсовая работа

Не предусмотрена

5.4. Вопросы к зачету с оценкой

Не предусмотрены

5.5. Вопросы к экзамену

1. Фигура автора в работе издательства.
2. Эволюция системы сверхжанровых единств в литературе
3. Способы объединения авторских произведений
4. Авторская серия как издательский проект: работа редактора над ней
5. Авторская серия: замысел и особенности формирования
6. Композиционные особенности авторских произведений разных жанров (на конкретном примере)
7. Работа с авторами в редакции
8. Редакторский анализ концепции авторского цикла
9. Оценка и рецензирование поступивших рукописей авторских произведений
10. Характеристика литературного цикла
11. Характеристика издательской серии
12. Авторский бренд: понятие, основные характеристики
13. Работа редактора над продвижением авторского бренда
14. Работа редактора над продвижением отдельного авторского произведения
15. Инструменты изучения книжного рынка, используемые при организации кампании по продвижению автора
16. «Неавторский цикл»: особенности и позиционирование
17. Авторский промоушн: роль издателя
18. Современные средства коммуникации в продвижении автора: интернет-блоги, интернет-конференции, интернет-чаты
19. Литературная критика как средство оповещения общества о новом авторском и издательском продукте
20. Рекламные стратегии при продвижении издателями авторского проекта
21. Роль СМИ в продвижении автора
22. Интернет-СМИ как эффективное средство продвижения автора
23. Авторский бренд и охрана интеллектуальной собственности
24. Авторский бренд и товарный знак: основные характеристики
25. Авторский стиль как один из факторов при формировании авторского бренда
26. Литературный процесс: понятие, характеристика
27. Оценка редактором концепции авторской серии
28. Оценка редактором концепции авторского цикла
29. Роль книжных ярмарок в продвижении авторов
30. Книжные выставки как средство продвижения автора
31. Книжные фестивали: цели и задачи издателя при продвижении автора
32. Формы организации общения авторов и читателей: авторские встречи в рамках литературных клубов, других культурных мероприятий (книжных выставок, ярмарок, фестивалей, мероприятий литературных обществ и т.д.)

Критерии оценки

Оценка на экзамене

«Отлично» (5)» – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал научной литературы, правильно обосновывает принятное решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

«Хорошо» (4)» – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

«Удовлетворительно» (3)» – оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

«Неудовлетворительно» (2)» – оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания.