

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

Факультет социологии и журналистики  
Кафедра журналистики и редакционно-издательских технологий

УТВЕРЖДАЮ  
И.о. проректора по организации  
образовательной деятельности

Пузанкова Е.Н.

26.08.2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ АВТОРОВ**

образовательная программа направления подготовки

**42.03.03 «Издательское дело»**

**Б1.В.ДВ 05.02 «Вариативная часть», Дисциплины по выбору**

профиль подготовки

**Книгоиздательское дело**

Квалификация (степень) выпускника

**бакалавр**

Форма обучения очная

Курс 4, семестр 8

Москва

2019

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования направления (специальности) 42.03.03

«Издательское дело», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 525 от «08» июня 2017 года (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации «29» июня 2017г. № 47235), профессионального стандарта 11.006 «Редактор средств массовой информации», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. №538 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 августа 2014г., рег. №33899).

**Составители рабочей программы:** МГГЭУ, доцент кафедры журналистики и редакционно-издательских технологий Федоров Андрей Олегович.

Федоров А.О.

«25» 08 2019 г.

**Рецензент:** МГГЭУ, доцент кафедры журналистики и редакционно-издательских технологий Холодных Галина Викторовна.  
место работы, занимаемая должность

Холодных Г.В. «25» 08 2019 г.

Рабочая программа утверждена на заседании факультет социологии и журналистики

(протокол № 1 от «26» 08 2019 г.)

Заведующий кафедрой

Тюрина Л.Г.

26.08.2019 г.

СОГЛАСОВАНО  
Начальник  
Учебного отдела

«26» 08 2019 г.

Дмитриева И. Г.

СОГЛАСОВАНО  
И.О. декана  
факультета

«26» 08 2019 г.

Федоров А.О.

СОГЛАСОВАНО  
Зав. библиотекой

«26» 08 2019 г.

Ахтырская В.А.

РАССМОТРЕНО  
ОДОБРЕННО И  
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИМ  
СОВЕТОМ МРГЗУ  
№-е 08 «30 08 2019г.

## Содержание

### **1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ**

- 1.1. Цель и задачи изучения учебной дисциплины (модуля)
- 1.2. Требования к результатам освоения дисциплины
- 1.3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы направления подготовки

### **2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

- 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы в соответствии с формами обучения
- 2.2. Содержание дисциплины по темам (разделам)
- 2.3. Разделы дисциплин и виды занятий
- 2.4. Планы теоретических (лекционных) занятий
- 2.5. Планы практических(семинарских) занятий
- 2.6. Планы лабораторных работ
- 2.7. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

### **3. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ЛИЦ С ОВЗ (ПОДА)**

### **4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

### **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

- 5.1. Перечень основной литературы
- 5.2. Перечень дополнительной литературы
- 5.3. Программное обеспечение
- 5.4. Электронные ресурсы

### **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **7. ОЦЕНКА КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ИЗУЧАЕМОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

### **8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

### **9. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

## Приложение 1

Методические рекомендации для обучающихся по освоению учебной дисциплины (модулю)

## Приложение 2

Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю)

## 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

### 1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе, требования к уровню освоения содержания дисциплины

#### 1.1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью дисциплины «Современные стратегии продвижения авторов» является обеспечение студентов знаниями в области теории и практики работы издателя с автором. Обучение приемам, методам, навыкам подготовки к печати и продвижения изданий конкретных авторов, с направленностью на формирование авторского бренда.

Основное внимание уделяется редакторской подготовке различных издательской продукции, а также умению ориентироваться на современном книжном рынке, определять роль и место автора на современном книжном рынке. Изучение курса данной дисциплины должно научить студента разбираться в различных способах работы с авторами и продвижения автора и его творчества как литературного продукта, а также умению определять особенности подачи, рекламирования и продвижения литературного творчества конкретных авторов. Дать студентам представление о процессах, связанных с продвижение отдельных авторских произведений, авторских циклов, авторских серий, авторского бренда.

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
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов медиа
ПК-4	Способен выстроить производственный процесс создания и продвижения выпуска медиапродукта с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы направления подготовки

Данная учебная дисциплина входит в раздел «Б1.В.ДВ 12.02. Вариативная часть», Дисциплины по выбору ФГОС по направлению подготовки ВО «Издательское дело», относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Учебная дисциплина «Современные стратегии продвижения авторов» взаимосвязана с профессиональными редакторскими дисциплинами для создания основы системных представлений о современном литературном процессе, существующих жанрах произведений, типах и видах изданий, учета их специфики редакционно-издательской подготовки; для понимания многообразия форм существования понятия «издание» в системе современной научной и массовой коммуникации.

Изучение учебной дисциплины «Современные стратегии продвижения авторов» базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных обучающимися при изучении предшествующих курсов: «Управление издательскими проектами», «Маркетинг в издательском деле», «Редакторская подготовка изданий», «Технология редакционно-издательского процесса». Взаимосвязь дисциплин основана на создании базы системных представлений о теории и практике подготовки изданий.

Изучением дисциплины достигается формирование у обучающихся представления об особенностях творческого процесса, специфике современного литературного процесса, типах текстов в изданиях их связи с видами и типами изданий, составом и характером аппарата издания.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы в соответствии с формами обучения

Объем дисциплины «Современные стратегии продвижения авторов» составляет 4 зачетных единиц /144 часов:

Вид учебной работы	Всего, часов			Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
			Курс, часов	Курс, часов		Курс, часов
	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма			
Аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего в том числе:						
Лекции	32			32		
Практические занятия	8			8		
Лабораторные занятия	24			24		
Самостоятельная работа обучающихся	76			76		
Промежуточная аттестация (подготовка и сдача), всего:						
Контрольная работа	36			36		
Курсовая работа						
Зачет с оценкой						+
Экзамен	+			+		
Итого:						
Общая трудоемкость учебной дисциплины (в часах, зачетных единицах)	<b>144 часа (4зе)</b>			<b>144 часа (4зе)</b>		

## 2.2. Содержание дисциплины по темам (разделам)

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (тематика занятий)	Формируемые компетенции (индекс)
	1. Раздел. «Издательские стратегии и современный литературный процесс»		ПК-1; ПК-4
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>	ПК-1; ПК-4
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>	ПК-1; ПК-4
3	Тема 1.3. Творческое сотрудничество издателя и автора	<p>Основные тенденции современного литературного процесса.</p> <p>Издательские стратегии в работе с авторами.</p>	ПК-1; ПК-4
	2. Раздел. «Формы и методы работы издателей с авторами на современном этапе»		ПК-1; ПК-4
1.	Тема 2.1. Эффективное сотрудничество издателя и автора	Способы организации работы издателя с авторами	ПК-1; ПК-4
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>	ПК-1; ПК-4
3.	Тема 2.3. Издательский портфель	<p>Формирование издательского портфеля.</p> <p>Мониторинг состояния книжного рынка.</p>	ПК-1; ПК-4
	3. Раздел. «Стратегии продвижения авторов в русле продвижения издательских продуктов»		ПК-1; ПК-4
1.	Тема 3.1. Способы продвижения	Понятие «авторское произведение», «литературный цикл», «авторский цикл»	ПК-1; ПК-4

	<p>авторов (авторского произведения, литературного цикла, авторского цикла, авторской серии)</p>	<p>(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>	
2.	<p>Тема 3.2. Авторский бренд: способы продвижения</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>	<p>ПК-1; ПК-4</p>
	4. Раздел. «Организационная, маркетинговая и		<p>ПК-1; ПК-4</p>

	книгораспространительская деятельность, связанная с продвижением авторов»			
1.	Тема 4.1. Организация работы редакции	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.		ПК-1; ПК-4
2.	Тема 4.2. Рынки сбыта.	Состояние рынка книгоиздания в России. Каналы продвижения продукции, книжные сети, Интернет-торговля.		ПК-1; ПК-4
3.	Тема 4.3. Заключение	Итоги изучения дисциплины. Нерешенные проблемы в области продвижения авторов.		ПК-1; ПК-4

### 2.3.Разделы дисциплин и виды занятий

#### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего часов	Формы текущего контроля успеваемости
1.	<b>Раздел 1.</b> «Издательские стратегии и современный литературный процесс»	2	6	18	26	1. Устный опрос  2. Тестирование  3. Выполнение практических заданий
2.	<b>Раздел 2.</b> «Формы и методы работы издателей с авторами на современном этапе»	2	6	22	30	1. Устный опрос  2. Тестирование  3. Выполнение практических заданий
	<b>Раздел 3.</b> «Стратегии продвижения авторов в русле продвижения издательских	2	6	18	28	1. Устный опрос  2.

	продуктов»					Тестирование 3. Выполнение практических заданий
	<b>Раздел 4.</b> «Организационная, маркетинговая и книгораспространительская деятельность, связанная с продвижением авторов»	2	6	18	30	1. Устный опрос 2. Тестирование 3. Выполнение практических заданий
	Итого:	8	24	76	108	экзамен

#### 2.4. Планы теоретических (лекционных) занятий

##### Очная форма обучения

№	Наименование тем лекций	Количество часов
	8 семестр	
	РАЗДЕЛ 1. «Издательские стратегии и современный литературный процесс»	6
1.	Тема 1.1. Введение в дисциплину	2
2.	Тема 1.2. Издательская практика и современный литературный процесс.	2
3.	Тема 1.3. Творческое сотрудничество издателя и автора	2
	РАЗДЕЛ 2. «Формы и методы работы издателей с авторами на современном этапе»	6
1.	Тема 2.1. Эффективное сотрудничество издателя и автора	2
2.	Тема 2.2. Планирование работы с авторами	2
3.	Тема 2.3. Издательский портфель	2
	РАЗДЕЛ 3. «Стратегии продвижения авторов в русле продвижения издательских продуктов»	6
1.	Тема 3.1. Способы продвижения авторов (авторского произведения, литературного цикла, авторского цикла, авторской серии)	3
2.	Тема 3.2. Авторский бренд: способы продвижения	3
	РАЗДЕЛ 4. «Организационная, маркетинговая и книгораспространительская деятельность, связанная с продвижением авторов»	6
1.	Тема 4.1. Организация работы редакции	2
2.	Тема 4.2. Рынки сбыта.	2

3.	Тема 4.3. Заключение	2
----	----------------------	---

## 2.5. Планы практических (семинарских) занятий

### Очная форма обучения

№	Наименование тем практических занятий	Количество часов
	8 семестр	
РАЗДЕЛ 1. «Издательские стратегии и современный литературный процесс»		2
1.	Тема 1.1. Введение в дисциплину	1
2.	Тема 1.2. Издательская практика и современный литературный процесс.	1
3.	Тема 1.3. Творческое сотрудничество издателя и автора	1
РАЗДЕЛ 2. «Формы и методы работы издателей с авторами на современном этапе»		6
1.	Тема 2.1. Эффективное сотрудничество издателя и автора	2
2.	Тема 2.2. Планирование работы с авторами	2
3.	Тема 2.3. Издательский портфель	2
РАЗДЕЛ 3. «Стратегии продвижения авторов в русле продвижения издательских продуктов»		8
1.	Тема 3.1. Способы продвижения авторов (авторского произведения, литературного цикла, авторского цикла, авторской серии)	4
2.	Тема 3.2. Авторский бренд: способы продвижения	4
РАЗДЕЛ 4. «Организационная, маркетинговая и книгораспространительская деятельность, связанная с продвижением авторов»		12
1.	Тема 4.1. Организация работы редакции	4
2.	Тема 4.2. Рынки сбыта.	6
3.	Тема 4.3. Заключение	2

## 2.6. Планы лабораторных работ

Лабораторные работы не предусмотрены.

2.7. Планы самостоятельной работы обучающегося по дисциплине (модулю)

Очно-заочная форма обучения

№	Название разделов и тем	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость	Формируемые компетенции	Формы контроля
	РАЗДЕЛ 1. «Издательские стратегии и современный литературный процесс»		12	ПК-1; ПК-4	
1.	Тема 1.1. Введение в дисциплину	Проработка учебного материала по конспекту, изучение учебных материалов по рекомендованной литературе.	2	ПК-1; ПК-4	1. Устный опрос 2. Тестирование
2.	Тема 1.2. Издательская практика и современный литературный процесс.	Проработка учебного материала по конспекту, изучение учебных материалов по рекомендованной литературе.	6	ПК-1; ПК-4	1. Устный опрос 2. Тестирование
	Тема 1.3. Творческое сотрудничество издателя и автора	Проработка учебного материала по конспекту, изучение учебных материалов по рекомендованной литературе.	4	ПК-1; ПК-4	1. Устный опрос 2. Тестирование
	РАЗДЕЛ 2. «Формы и методы работы издателей с авторами на современном этапе»	Проработка учебного материала по конспекту, изучение учебных материалов по рекомендованной литературе.	14	ПК-1; ПК-4	1. Устный опрос 2. Тестирование
1.	Тема 2.1. Эффективное сотрудничество издателя и автора	Проработка учебного материала по конспекту, изучение	4	ПК-1; ПК-4	1. Устный опрос 2. Тестирование

		учебных материалов по рекомендованной литературе.			
2.	Тема 2.2. Планирование работы с авторами	Проработка учебного материала по конспекту, изучение учебных материалов по рекомендованной литературе.	6	ПК-1; ПК-4	1. Устный опрос  2. Тестирование
3.	Тема 2.3. Издательский портфель	Проработка учебного материала по конспекту, изучение учебных материалов по рекомендованной литературе.	4	ПК-1; ПК-4	1. Устный опрос  2. Тестирование
	РАЗДЕЛ 3. «Стратегии продвижения авторов в русле продвижения издательских продуктов»	Проработка учебного материала по конспекту, изучение учебных материалов по рекомендованной литературе.	14	ПК-1; ПК-4	1. Устный опрос  2. Тестирование
1.	Тема 3.1. Способы продвижения авторов (авторского произведения, литературного цикла, авторского цикла, авторской серии)	Проработка учебного материала по конспекту, изучение учебных материалов по рекомендованной литературе.	8	ПК-1; ПК-4	1. Устный опрос  2. Тестирование
2.	Тема 3.2. Авторский бренд: способы продвижения	Проработка учебного материала по конспекту, изучение учебных материалов по рекомендованной литературе.	6	ПК-1; ПК-4	1. Устный опрос  2. Тестирование
	РАЗДЕЛ 4. «Организационная, маркетинговая и	Проработка учебного материала по	14	ПК-1; ПК-4	1. Устный опрос

	книгораспространительская деятельность, связанная с продвижением авторов»	конспекту, изучение учебных материалов по рекомендованной литературе.			2. Тестирование
1.	Тема 4.1. Организация работы редакции	Проработка учебного материала по конспекту, изучение учебных материалов по рекомендованной литературе.	6	ПК-1; ПК-4	1. Устный опрос  2. Тестирование
2.	Тема 4.2. Рынки сбыта.	Проработка учебного материала по конспекту, изучение учебных материалов по рекомендованной литературе.	6	ПК-1; ПК-4	1. Устный опрос  2. Тестирование
3.	Тема 4.3. Заключение	Проработка учебного материала по конспекту, изучение учебных материалов по рекомендованной литературе.	2	ОПК-7, ПК 19, ПК 36, ПК 35	1. Устный опрос  2. Тестирование

## **ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ЛИЦ С ОВЗ (ПОДА)**

Как показывает практика МГГЭУ, для обучающихся с нарушением ОДС необходима в той или иной степени индивидуализация обучения. Особенности заболевания обучающегося переносят центр тяжести в организации самостоятельной работы на индивидуальную работу обучающегося с преподавателем в прямом контакте для дополнительных разъяснений и консультаций. Постоянное консультативное сопровождение учебного процесса преподавателями является составной частью технологии обучения обучающихся-инвалидов.

Основная цель современного образования обучающихся с нарушением опорно-двигательной системы — интеграция инвалидов в общество. Для этого необходимо развитие тех возможностей и способностей личности обучаемого, которые нужны и ей и обществу. Поэтому образование инвалидов должно также обеспечивать возможность эффективного самообразования.

У многих обучающихся с ОВЗ появляется ощущение неуверенности в себе, иллюзия, связанная с робостью и леню. Поэтому необходимо построить учебный процесс таким образом, чтобы изучаемые предметы представлялись в высшей степени необходимыми и достижимыми, но требующими серьезного труда и упорства. В учебном процессе преподаватель должен обратить особое внимание на стимулирование активности и самостоятельности обучающихся, должен развивать у них положительную мотивацию в преодолении трудностей.

На индивидуально ориентированных дополнительных занятиях обучающийся-инвалид учится преодолевать психологические барьеры в общении с различными людьми, совершенствовать качество своей личности: устранять те из них, которые препятствуют эффективному исполнению профессиональных функций, например, замкнутость, несдержанность, стеснительность и т.п.

Один из главных подходов в организации высшего образования обучающихся с ОВЗ заключается в интенсивной, а затем постепенно убывающей помощи обучающимся в освоении методов обучения и самообучения.

Известно, что обучающиеся сталкиваются с большими затруднениями при самостоятельном отборе содержательного материала, подлежащего усвоению. У обучающихся-инвалидов степень самостоятельности еще более ослаблена. Поэтому для них необходима помощь психологического и логико-методологического характера. Необходимы также знания о самой учебной деятельности, в том числе обобщенные знания о содержании изучаемых предметов в их взаимодействии, а также пути достижения поставленных мировоззренческих, культурных и профессиональных целей.

### **3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Самостоятельная работа наряду с аудиторной представляет собой одну из форм учебного процесса и является существенной его частью.

Под самостоятельной учебной работой понимается любая организованная на выполнение поставленной дидактической цели педагогическая деятельность в специально отведенное для этого время: поиск знаний, их осмысление, закрепление, формирование и развитие умений и навыков, обобщение и систематизация знаний.

Процесс самостоятельной работы обучающегося при его обучении в вузе должен быть управляемым, то есть планируемым и контролируемым, что и определяет ведущую роль преподавателя при организации самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине. Роль преподавателя в организации внеаудиторной самостоятельной работы заключается в планировании, организации, консультировании, обучении обучающихся методам познания учебного материала.

В вузе существуют различные виды самостоятельной работы: подготовка к лекциям, семинарам, лабораторным работам, зачетам, экзаменам; выполнение рефератов, заданий, курсовых работ и проектов, подготовка доклада к конференции, подготовка тезисов к публикации, участие в НИРС, подготовка наглядных пособий, выполнение выпускной квалификационной работы.

Механизм планирования и осуществления самостоятельной работы обучающихся должен заключаться в использовании методов обучения, учитывающих состояние здоровья обучающихся, возможности медицинской и психологической поддержки.

Можно выделить следующие основные принципы построения самостоятельной работы обучающихся-инвалидов:

- принцип систематичности и последовательности, требующий логичности построения самостоятельной работы при изучении учебных дисциплин, усиливается возвращением к учебному материалу на дополнительном уровне;
- принцип адаптации к предмету, т.е. доступность и наглядность его изложения на дополнительных занятиях в рамках самостоятельной работы, дозирование информационной ёмкости изложения;
- принцип дифференциализации материала, конкретизированный объективными и индивидуальными особенностями обучающихся-инвалидов;
- принцип преемственности с различными видами образования и самообразования, сочетания формального и неформального образования;
- принцип оптимального использования информационных технологий, ориентированный на дозированное применение компьютерной техники.
- принцип использования учебно-материальной базы вуза на дополнительных занятиях (лаборатории, кабинеты, стенды и т.п.).

При самостоятельной работе в рамках учебного процесса есть и определенная специфика в методах объяснения учебного материала. Прежде всего, невзирая на затраты времени, преподаватель добивается, чтобы обучающийся понял и усвоил материал, который он изложил на основном занятии. При этом преподаватель обязан обеспечить логическую связь изложенного дополнительного материала с основным. Основное требование к преподавателям — это полнота материала и четкость изложения. В данном случае необходимо учитывать то обстоятельство, что количество сложной для восприятия учебной информации должно занижаться в зависимости от степени сложности.

Для обучающихся-инвалидов с заболеванием ОДС необходимо использовать при самостоятельной работе под руководством преподавателя средства зрительной наглядности: модели, макеты, плакаты, таблицы, схемы, графики, различные ТСО и носители информации к ним. Таким образом, применение для целей индивидуального обучения в рамках самостоятельной работы разнообразных технических средств и наглядной информации — одна из наиболее характерных черт развития методики обучения лиц ОВЗ.

Самостоятельная работа предназначена не только для овладения каждой дисциплиной, но и для формирования навыков самостоятельной работы вообще – в учебной, научной, профессиональной деятельности; для приобретения способности принимать на себя ответственность, самостоятельно решать проблему, находить конструктивные решения, выход из кризисной ситуации и т.д.

## **4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **5.1 Перечень основной литературы**

1. Егорова, Е. Б. Подготовка рукописи к изданию: Словарь-справочник / Е.Б. Егорова. —2-е изд., испр. — Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2017. — 160 с. - ISBN 978-5-9558-0474-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/757924> – Режим доступа: по подписке.
2. Рябинина, Н. З. Технология редакционно-издательского процесса [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. З. Рябинина. - Москва : Логос, 2012. - 256 с. - (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-5-98704-051-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/469484> – Режим доступа: по подписке.
3. Эриашвили, Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Издательское дело и редактирование», «Книгораспространение», «Менеджмент» / Н.Д. Эриашвили. — 5-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДДНА,2017. - 351 с. - ISBN 978-5-238-01619-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028497>. – Режим доступа: по подписке.

### **Дополнительная литература**

1. Басовский, Л. Е. Маркетинг: Учебное пособие / Басовский Л.Е., Басовская Е.Н., - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 233 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-011840-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/544241> – Режим доступа: по подписке.
2. Дмитриева, О. В. Особенности учета и экономического анализа деятельности издательства : учеб. пособие / О.В. Дмитриева. — Москва : ИНФРА-М, 2017. — 244 с. + Доп. материалы [Элек-тронный ресурс; Режим доступа: <https://new.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/19346](http://www.dx.doi.org/10.12737/19346). - ISBN 978-5-16-104097-3. - Текст : электрон-ный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/809990> – Режим доступа: по подписке.
3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - Москва :Дашков и К, 2017. - 488 с. (Учебные издания для бакалавров)ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/329134> – Режим доступа: по подписке.

### **5.3. Программное обеспечение**

*AdobePremiere CS6 AcademicEdition*

*Adobe Design Standart 5 AcademicEdition License RU*

*Microsoft Volume License*

*Applications - Office Standard 2010*

*Microsoft Volume License*

*Applications - Office Professional Plus 2007*

*Applications - OfficeStandard 2007*

#### **5.4. Электронные ресурсы**

Электронная библиотека «Знаниум»: <https://new.znanium.com>

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

№п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1	306 ауд.	Мультимедийный проектор, компьютерный класс, выход в интернет, интерактивная доска
2	Библиотека	

## 6. ОЦЕНКА КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ИЗУЧАЕМОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

№	Критерии оценки			
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
<b>ЗНАТЬ</b>				
1	Обучающийся не способен самостоятельно выделять главные положения в изученном материале дисциплины. <u>Не знает основные формы и методы работы издателей с авторами, не может моделировать стратегии продвижения авторов</u>	Обучающийся усвоил основное содержание материала дисциплины, но имеет пробелы в усвоении материала. <u>Имеет несистематизированные знания об основные формы и методы работы издателей с авторами, моделях стратегии продвижения авторов</u>	Обучающийся способен самостоятельно выделять главные положения в изученном материале. Знает <u>основные формы и методы работы издателей с авторами, модели стратегии продвижения авторов</u>	Обучающийся знает, понимает, выделяет главные положения в изученном материале и способен дать краткую характеристику основным идеям проработанного материала дисциплины. Знает методику работы с источниками текста <u>Показывает глубокое знание и понимание форм и методов работы издателей с авторами, моделей стратегии продвижения авторов</u>
<b>УМЕТЬ</b>				
2	Обучающийся не умеет <u>самостоятельно сориентироваться в современном литературном процессе</u>	Обучающийся испытывает затруднения в <u>ориентировке в современном литературном процессе</u> Обучающийся <u>непоследовательно определяет место и того или иного автора в современном литературном процессе</u>	Обучающийся умеет <u>самостоятельно сориентироваться в современном литературном процессе</u>	Обучающийся умеет <u>ориентироваться в современном литературном процессе и моделировать стратегии продвижения автора</u>

<b>ВЛАДЕТЬ</b>				
<b>3</b>	Обучающийся не владеет навыками <u>книгораспространительской деятельности, связанной с продвижением авторов</u>	Обучающийся владеет основными навыками <u>книгораспространительской деятельности, связанной с продвижением авторов</u>	Обучающийся владеет знаниями всего изученного материала, владеет <u>книгораспространительской деятельности, связанной с продвижением авторов</u>	Обучающийся владеет концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией и методами <u>книгораспространительской деятельности, связанной с продвижением авторов</u>
	Компетенция или ее часть не сформирована	Компетенция или ее часть сформирована на базовом уровне	Компетенция или ее часть сформирована на среднем уровне	Компетенция или ее часть сформирована на высоком уровне

<b>№</b>	<b>Критерии оценки</b>	
	<b>«незачтено»</b>	<b>«зачтено»</b>
<b>ЗНАТЬ</b>		
<b>1</b>		
<b>УМЕТЬ</b>		
<b>2</b>		
<b>ВЛАДЕТЬ</b>		
<b>3</b>		

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях и самостоятельной работе обучающихся

Семестр	Вид занятия (Л, ПР, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
8	Л	Лекция-визуализация (Информационно-коммуникационные образовательные технологии)	8
	ПР	Практикумы, занятия с презентацией	24
	ЛР	Не предусмотрены	0
	Сам. работа		76
Итого:			108

## 8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 9.1. 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 которых создано произведение;
- декламатор;
- физические лица, творческим трудом которых 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 –

## **9.2. 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

## **9.3. Курсовая работа**

**Не предусмотрена**

## **9.4. Вопросы к зачету с оценкой**

## **Не предусмотрены**

### **9.5. 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 кампаний 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.)

## 9.6. Контроль освоения компетенций

<b>Вид контроля</b>	<b>Контролируемые темы (разделы)</b>	<b>Компетенции, компоненты которых контролируются</b>
<i>Устный опрос</i>	<i>1,2,3,4,</i>	ПК-1; ПК-4
<i>Тестирование</i>	<i>1,2,3,4,</i>	ПК-1; ПК-4
<i>Зачет</i>	<i>1,2,3,4,</i>	ПК-1; ПК-4