

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.07

Современные технологии распространения издательской продукции

Учебный план: 2026-2027 42.04.03 ВШПМ Изд страт в медиапростр ОО №2-1-127.plx

Кафедра: **24** Книгоиздания и книжной торговли

Направление подготовки:
(специальность) 42.04.03 Издательское дело

Профиль подготовки: Издательские стратегии в медиапространстве
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
1	УП	16	32	69	27	4	Экзамен
	РПД	16	32	69	27	4	
Итого	УП	16	32	69	27	4	
	РПД	16	32	69	27	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 513

Составитель (и):

кандидат филологических наук, Доцент

Аверина Наталья
Васильевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой книгоиздания и книжной
торговли

Лезунова Наталья
Борисовна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Лезунова Наталья
Борисовна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области распространения издательской продукции и использования современных технологий и информационных систем

1.2 Задачи дисциплины:

Рассмотреть современное состояние книжного рынка и тенденции его развития;
раскрыть принципы использования современных технологий в издательском деле;
продемонстрировать особенности распространения издательской продукции на современном этапе; обучить созданию моделей управления продажами издательской продукции

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-4: Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Знать: Особенности прогнозирования спроса и расчета емкости рынка медиапродукции в современных условиях
Уметь: Анализировать работу системы продаж на предприятии с целью прогнозирования спроса и расчета емкости рынка
Владеть: Методами социологических исследований при исследовании потребностей потенциальной читательской аудитории

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Современный рынок издательской продукции: технологии и информационные системы	1					О
Тема 1. Основные понятия курса. Книгораспространение в условиях рыночной экономики. Специфика книжного рынка. Типы конкуренции. Барьеры входа на рынок. Основные игроки. Практическое занятие: основные игроки и специфика входа на книжный рынок.		1	1	4		
Тема 2. Технологии книгораспространения. Товар; место продаж; время продаж; поддержка продаж; сообщения о продаже, каналы продаж, формы продаж. Специфика ценообразования. Практическое занятие: специфика ценообразования		1	2	4	ИЛ	
Тема 3. Инфраструктура книжного рынка. Информационное обеспечение рынка издательской продукции. Основные информационные каналы; эффективность информационных каналов. Практическое занятие: основные информационные каналы в книжном деле		1	1	2		

Тема 4. Количественные показатели современного издательского рынка. Основные тенденции современного книжного рынка: статистика выпуска, анализ выпуска в разрезе тематики и видов изданий. Практическое занятие: анализ книжного выпуска в разрезе тематики и видов изданий.			2	3		
Раздел 2. Спрос и предложение на издательском рынке						
Тема 5. Технологии изучения спроса на книжном рынке в деятельности издательств и книготорговых предприятий. Информационные системы и базы данных. Практическое занятие: информационные системы и базы данных		1	2	3		Р
Тема 6. Информационные системы национальной и коммерческой библиографии. Информационные ресурсы Российской книжной палаты. Исследования книжного рынка отраслевых союзов и ассоциаций. Практическое занятие: исследования книжного рынка отраслевых союзов и ассоциаций.		1	2	3		
Тема 7. Сегментирование рынка издательской продукции. Основные издательства и их продукция. Особенности маркетинговой деятельности специализированных издательств. Практическое занятие: маркетинговая деятельность в отдельных сегментах книжного рынка.		1	2	3	ГД	
Тема 8. Продвижение книги и чтения. Значение Национальной программы поддержки и развития чтения. Система продвижения книжной продукции в деятельности коммерческих предприятий. Технологии стимулирования спроса на книжном рынке. Практическое занятие: технологии стимулирования спроса на книжном рынке.		1	2	3		
Раздел 3. Особенности современной системы книгораспространения						
Тема 9. Основные уровни и каналы распространения издательской продукции. Особенности одноуровневой, двухуровневой и трехуровневой системы распространения: ценообразование, товародвижение и документальное оформление. Ведущие каналы распространения издательской продукции. Практическое занятие: основные каналы книгораспространения.		1	2	2		К

Тема 10. Классификация книготорговых предприятий и особенности работы с ними. Оптовые и розничные книготорговые предприятия РФ. Крупнейшие независимые и сетевые книготорговые предприятия. Региональные и локальные книготорговые сети. Специфика поставки книжной продукции в розничные книготорговые предприятия. Предпродажная подготовка, электронный документооборот. Практическое занятие: специфика поставки книжной продукции в розничные книготорговые предприятия.		1	2	3	РИ	
Тема 11. Типовые решения по распространению издательской продукции. Экстенсивный метод; метод исключительного распределения; метод выборочного распределения. Особенности работы на специальных рынках: учебная и научная литература; издания для детей и т.д. Практическое занятие: особенности работы на специальных рынках: учебная и научная литература; издания для детей и т.д.		1	2	3		
Тема 12. Технологии и каналы распространения электронной книги в современных условиях. Крупнейшие распространители электронных изданий и специфика работы с ними. Популярные форматы электронных изданий на книжном рынке. Статистика и тенденции распространения электронных изданий. Специфика ценообразования на электронные издания. Проблемы нелегального контента и защита интеллектуальной собственности издательств. Практическое занятие: специфика ценообразования на электронные издания.		1	2	5		
Тема 13. Роль международных книжных выставок в современной системе книгораспространения. История книжных выставок в России и за рубежом. классификация книжных выставок, отличия и основные функции международных книжных выставок. Деятельность отраслевых союзов и ассоциаций на книжных выставках. Практическое занятие: деятельность отраслевых союзов и ассоциаций на книжных выставках.		1	2	7		
Раздел 4. Технологии управления продажами на современном книжном рынке						
Тема 14. Основные принципы и методы управления продажами в практике книгораспространения. Транзакционные, консультационные и корпоративные продажи на книжном рынке. Практическое занятие: транзакционные, консультационные и корпоративные продажи на книжном рынке.		1	2	7		Д

Тема 15. Особенности прогнозирования спроса и расчет емкости книжного рынка в современных условиях. Расчет показателей динамики продаж при реализации издательского проекта. Специфика расчета показателей продаж книготоргового предприятия. Практическое занятие: специфика расчета показателей продаж книготоргового предприятия.		1	2	5		
Тема 16. Работа с клиентской базой. Типы потребителей на книжном рынке. Классификация оптовых и розничных покупателей на книжном рынке. Особенности управления продажами на региональном, национальном и международном уровнях. Практическое занятие: особенности управления продажами на региональном, национальном и международном уровнях.		1	2	5	AC	
Тема 17. Программа продвижения книжной продукции издательства. Рекламные кампании на книжном рынке как комплексное решение по формированию спроса. Специфика рекламных и PR-мероприятий в рамках рекламных кампаний издательств. Особенности рекламы издательской продукции на местах продаж. Практическое занятие: рекламные кампании как комплексное решение по формированию спроса на книжном рынке.		1	2	7		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		16	32	69		
Консультации и промежуточная аттестация		2,5		24,5		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		50,5		93,5		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ОПК-4	Характеризует современную систему прогнозирования спроса; Оценивает количественные показатели системы управления продажами, вырабатывая рекомендации по оптимизации маркетинговой деятельности; Рассчитывает предел насыщения читательской потребности и определяем емкость рынка медиапродукции;	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.	

4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный.	
3 (удовлетворительно)	Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов.	
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки.	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 1	
1	Рынок издательской продукции: спрос, предложение, конкуренция
2	Уровни и каналы распространения издательской продукции
3	Основные методы распространения книжной продукции. Виды посредников
4	Технологии распространения: товар, место, время и формы продаж
5	Основные тенденции выпуска книг на рынке: тематическое разнообразие и виды изданий
6	Объем и структура издательского предложения на книжном рынке. Факторы, влияющие на издательское предложение
7	Крупнейшие издательские предприятия на книжном рынке: тематико-типологическая характеристика выпуска
8	Целевая аудитория при распространении издательской продукции
9	Особенности спроса на книжную продукцию. Факторы, влияющие на спрос
10	Информационное обеспечение рынка издательской продукции. Информационные каналы, потоки и системы, применяемые предприятиями книжного дела
11	Информационно-библиографическое и рекламное сопровождение выпуска и распространения издательской продукции
12	Информационные системы коммерческой библиографии на книжном рынке
13	Особенности реализации книжных изданий с использованием сети Интернет
14	Современное состояние и тенденции развития рынка электронных книг
15	Технологии распространения электронных книг в России и за рубежом
16	Основные предприятия распространения цифровых изданий в России
17	Современные проблемы производства и распространения электронных изданий
18	Оптовый рынок издательской продукции в Российской Федерации: объем, классификация, основные предприятия
19	Розничный рынок издательской продукции в Российской Федерации: объем, структура, ведущие предприятия
20	Экстенсивный метод распространения: особенности, примеры использования
21	Исключительный и выборочный методы распространения: особенности, примеры использования
22	Основные типы книжных магазинов в России за рубежом: примеры, особенности ценообразования и обслуживания покупателей
23	Типы потребителей на книжном рынке. Обзор оптовых и розничных покупателей на книжном рынке
24	Консультационные продажи. Организации работы по обслуживанию покупателей в книжном магазине: особенности ассортимента, мероприятия, акции
25	Транзакционные и корпоративные продажи на книжном рынке
26	Особенности управления продажами на региональном, национальном и международном уровнях
27	Показатели динамики продаж книжной продукции. Особенности прогнозирования спроса и расчет емкости книжного рынка
28	Расчет показателей динамики продаж при реализации издательского проекта

29	Специфика расчета показателей продаж книготоргового предприятия
30	Система продвижения товаров в системе книжного маркетинга. Особенности продвижения продукции к потребителю в России и за рубежом.
31	Методы стимулирования спроса
32	Рекламно-информационное сопровождение распространения книжной продукции с использованием сети Интернет
33	Планирование и проведение рекламных кампаний на книжном рынке
34	Оценка эффективности программ продвижения продукции на книжном рынке
35	Pos-материалы при распространении книжной продукции. Продвижение на местах продаж
36	Роль и значение книжных ярмарок при продвижении издательской продукции
37	Особенности организации рекламных и PR-мероприятий по продвижению издательской продукции
38	Крупнейшие мировые книжные выставки: история, место проведения, особенности
39	Крупнейшие книжные выставки в России: история, место проведения, особенности
40	Типы и классификация книжных выставок. Особенности участия для издательств

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Издательству необходимо информировать оптовых и оптово-розничных партнеров о выходе новинки. Материалы, с какими сведениями и в какой форме целесообразно использовать в данном случае? Какие информационные каналы будут задействованы

Приведите примеры таких материалов и их содержание.

2. Оцените емкость указанного сегмента книжного рынка.

Какие из сегментов книжного рынка сегодня являются наиболее устойчивыми и прибыльными? Поясните ответ.

3. В каких книжных выставках целесообразно участвовать специализированному издательству, выпускающему учебную литературу по изучению русского языка, для расширения клиентской и партнерской базы. Какие методы исследования спроса могут быть использованы в данном случае?

4. Охарактеризуйте основные платформы для распространения электронных изданий в России.

Перечислите их преимущества и недостатки по сравнению с собственной реализацией для специализированного издательства.

5. Издательству необходимо исследовать новый рынок для распространения книжной продукции экстенсивным методом. Какие источники первоначальных сведений о рынке ему будут необходимы: (поясните ответ и приведите примеры).

6. Издательству необходимо информировать розничных покупателей и широкую общественность о выходе новинки. Материалы, с какими сведениями и в какой форме целесообразно использовать в данном случае? Приведите примеры.

7. Определите, какие группы потребителей-клиентов являются наиболее важными группами для издательств, выпускающих качественно оформленные серийные издания (например, «Пан Пресс» и т.п.)

8. Дайте характеристику основным видам спроса на книжном рынке. Поясните, что такое эластичность спроса и определите, спрос на какую литературу мало зависит от цены.

9. Определите целевой рынок и территорию распространения новой книги Б. Акунина в жанре исторического детективного романа. Каким тиражом следовало бы издать эту книгу в современных условиях, и какой вид рекламной поддержки целесообразен при распространении подобного издания (локальная, региональная или национальная рекламная кампания), и какие методы рекламы должны применяться?

10. Небольшое независимое издательство планирует развивать канал нулевого уровня для распространения детских развивающих изданий среднего ценового сегмента, что для этого необходимо сделать в современных условиях?

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☒ Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

На экзамене студент должен ответить на два теоретических вопроса и выполнить практико-ориентированное задание. На подготовку дается 30 минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Пахомова, Н. Г.	Организация деятельности торгового предприятия: оптовая торговля	Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ	2021	https://www.iprbooks.hop.ru/116164.html
Коробкин, А. З., Лебедева, С. Н., Сныткова, Н. А., Сыроед, Т. Н., Коробкина, А. З.	Экономика торговли. В 2 частях. Ч.1	Минск: Вышэйшая школа	2020	https://www.iprbooks.hop.ru/120101.html
Коробкин, А. З., Лебедева, С. Н., Сныткова, Н. А., Сыроед, Т. Н., Коробкина, А. З.	Экономика торговли. В 2 частях. Ч.2	Минск: Вышэйшая школа	2020	https://www.iprbooks.hop.ru/120102.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Леонидова, Г. Ф.	Настольные издательские системы	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры	2017	http://www.iprbookshop.ru/76338.html
Эриашвили, Н. Д., Старостенко, В. К.	Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/81784.html
Аверина Н. В.	Аверина Н. В. Современные средства информации. Практические занятия и самостоятельная работа	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179260
Аверина Н. В.	Современные технологии и каналы распространения издательской продукции. Самостоятельная работа студентов	СПб.: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20199332

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>
Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows
MicrosoftOfficeProfessional

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска