Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 04.06.2024 15:23:37
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b348

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Институт издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института издательского дела и журналистики
/Е.Л. Хохлогорская/

«15» февраля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЭКОНОМИКА КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Направление подготовки/специальность
42.03.03 Издательское дело

Профили
Книгоиздательское дело
Газетно-журнальное издательское дело

Квалификация
бакалавр

Формы обучения
очная, очно-заочная, заочная

Москва
2024

Разработчик:

К.э.н., доцент /Е.Е. Егорова/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Издательское дело
и книговедение»,

к.ф.н., доцент /И.Л. Шурыгина/

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины – ознакомление обучающихся с основными формами и видами креативных индустрий, с развитием данных секторов в глобальной экономике, с экономическими основами медиакомпании на примере издательского дела.

В курсе, в том числе, рассматриваются теоретические основы развития креативных индустрий, возникновение, развитие и перспективы творческих индустрий на глобальном, региональном, национальном и местном уровнях.

Темы курса охватывают вопросы, связанные с процессами культурного производства, предоставляет студентам возможности для изучения и анализа взаимодействия культуры, бизнеса и политики.

К числу основных **задач** освоения дисциплины относятся:

– познакомить обучающихся с основными видами креативных индустрий;

– познакомить обучающихся с основными экономическими закономерностями, которые позволяют принимать организационные и управленческие решения в условиях рынка, устанавливать деловые отношения с партнерами по издательскому бизнесу;

– познакомить обучающихся с экономическими аспектами организации издательского дела, с расчетом основных экономических показателей издательской деятельности, с учетом динамики спроса и предложения и повышения конкурентоспособности издательства на рынке издательской продукции.

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования медиакоммуникационной системы
ПК-3. Способен участвовать в производственном процессе выпуска медиапродукта с применением современных редакционных технологий	ИПК-3.1 Обеспечивает соблюдение технологии редакционно-издательского процесса при создании медиапродукта – книжного издания ИПК-3.2 Формирует издательский оригинал-макет и готовит издание к выпуску; ИПК-3.3 Использует современные технологии при создании и продвижении медиапродукта – книжного издания

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к числу дисциплин обязательной части блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: «Экономика», «Маркетинг в издательском деле», «Организация работы издательства», «Профессионально-творческая практика», «Преддипломная практика».

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость
(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	6 семестр
1	**Аудиторные занятия**	**54**	**54**
	В том числе:		
1	Лекции	18	18
2	Семинарские/практические занятия	36	36
3	Лабораторные занятия	-	-
2	**Самостоятельная работа**	**54**	**54**
	В том числе:		
1	Подготовка докладов, сообщений, рефератов, презентаций	25	25
2	Подготовка к практическим занятиям (изучение лекционного материала)	15	15
3	**Промежуточная аттестация**		
	Зачёт	-	-
	Итого	**108**	**108**

3.1.2. Очно-заочная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	7 семестр
1	**Аудиторные занятия**	**36**	**36**
	В том числе:		
1	Лекции	18	18
2	Семинарские/практические занятия	18	18
3	Лабораторные занятия	-	-
2	**Самостоятельная работа**	**72**	**72**
	В том числе:		
1	Подготовка докладов, сообщений, рефератов, презентаций	30	30
2	Подготовка к практическим занятиям (изучение лекционного материала)	20	20
3	**Промежуточная аттестация**		
	Зачёт	-	-
	Итого	**108**	**108**

3.1.3. Заочная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	8 семестр
1	**Аудиторные занятия**	**20**	**20**
	В том числе:		
1	Лекции	12	12
2	Семинарские/практические занятия	8	8
3	Лабораторные занятия	-	-
2	**Самостоятельная работа**	**88**	**88**
	В том числе:		
1	Подготовка докладов, сообщений, рефератов, презентаций	40	40
2	Подготовка к практическим занятиям (изучение лекционного материала)	30	30
3	**Промежуточная аттестация**		
	Зачёт	-	-
	Итого	**108**	**108**

3.2 Тематический план изучения дисциплины
(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Тема 1. Введение в дисциплину	10	2	4	-	-	4
2	Тема 2. Методологические подходы к измерению креативной экономики	10	2	4	-	-	4
3	Тема 3. Издательское дело как производственная система	14	2	4	-	-	8
4	Тема 4. Экономические основы издательской деятельности	16	2	6	-	-	8
5	Тема 5. Издательская себестоимость	18	4	6	-	-	8
6	Тема 6. Рентабельность издательской продукции	14	2	4	-	-	8
7	Тема 7. Ценообразование в издательском деле	14	2	4	-	-	8
8	Тема 8. Бюджет медиакомпаний	12	2	4	-	-	6
9	Зачет	-	-	-	-	-	-
	Итого	**108**	**18**	**36**	**-**	**-**	**54**

3.2.2. Очно-заочная форма обучения

/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Тема 1. Введение в дисциплину	12	2	2	-	-	8
2	Тема 2. Методологические подходы к измерению креативной экономики	12	2	2	-	-	8
3	Тема 3. Издательское дело как производственная система	12	2	2	-	-	8
4	Тема 4. Экономические основы издательской деятельности	12	2	2	-	-	8
5	Тема 5. Издательская себестоимость	24	4	4	-	-	16
6	Тема 6. Рентабельность издательской продукции	12	2	2	-	-	8
7	Тема 7. Ценообразование в издательском деле	12	2	2	-	-	8
8	Тема 8. Бюджет медиакомпаний	12	2	2	-	-	8
9	Зачет	-	-	-	-	-	-
	Итого	**108**	**18**	**18**	-	-	**72**

3.2.3. Заочная форма обучения

/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Тема 1. Введение в дисциплину	13	1	1	-	-	11
2	Тема 2. Методологические подходы к измерению креативной экономики	13	1	1	-	-	11
3	Тема 3. Издательское дело как производственная система	13	1	1	-	-	11
4	Тема 4. Экономические основы издательской деятельности	14	2	1	-	-	11
5	Тема 5. Издательская себестоимость	14	2	1	-	-	11
6	Тема 6. Рентабельность издательской продукции	14	2	1	-	-	11
7	Тема 7. Ценообразование в издательском деле	14	2	1	-	-	11
8	Тема 8. Бюджет медиакомпаний	13	1	1	-	-	11
9	Зачет	-	-	-	-	-	-
	Итого	**180**	**12**	**8**	-	-	**88**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину

Предмет, цель и задачи изучения дисциплины. Место изучаемой дисциплины в системе других дисциплин. Формы текущего и итогового контроля. Информационное обеспечение дисциплины. Основные понятия экономики, культурной индустрии и креативной индустрии. Типы экономических систем. Издательское дело как сфера креативных индустрий.

Тема 2. Методологические подходы к измерению креативной экономики

Отраслевой подход к анализу креативной экономики. Креативные профессии. Оценка занятости в креативных индустриях. Классификация креативных товаров.

Нормативно-правовая база издательского дела. Организационно-правовые формы издательских структур. Функционирование издательств в условиях рынка.

Тема 3. Издательское дело как производственная система

Основы хозяйственной деятельности в издательском бизнесе. Субъекты экономического процесса. Ресурсная база издательской компании. Определение основных экономических категорий, использующихся в производственно-хозяйственной деятельности издательских структур разного типа: издержки, прибыль, валовой доход и др. Количественные и качественные показатели издательской деятельности.

Тема 4. Экономические основы издательской деятельности

Состав и классификация затрат на производство и реализация издательской продукции. Нормирование и производительность труда в издательстве. Оплата труда и расценки на основные редакционно-издательские процессы. Планирование фонда оплаты труда. Редакционные, общеиздательские и коммерческие расходы.

Тема 5. Издательская себестоимость

Структура себестоимости издательской продукции. Калькулирование издательской себестоимости. Основные факторы, влияющие на себестоимость издательской продукции. Затраты на производство и реализацию издательской продукции.

Тема 6. Рентабельность издательской продукции

Безубыточный тираж издания. Прибыль и доходность проекта. Показатели рентабельности проекта. Типовые задачи управления рентабельностью и прибыльностью издания.

Тема 7. Ценообразование в издательском деле

Система цен в экономике, понятие «цена». Ценовая политика и ценовая стратегия издательства. Методы ценообразования. Отпускная и трансфертная цена. Факторы, влияющие на уровень оптовой цены книги в издательстве. Формирование цены: отпускная цена, розничная цена. Определение уровня розничных цен.

Тема 8. Бюджет медиакомпаний

Финансовая база издательства. Уставный фонд. Основные фонды. Оборотный капитал. Источники средств. Бюджет редакции печатного периодического издания. Расходная часть бюджета. Налоги. Доходная часть бюджета. Бюджет и баланс печатного периодического издания, его структура. Бюджет телерадиокомпании – государственной и негосударственной, производящей и вещательной. Бюджет информационного агентства – государственного и негосударственного, коммерческого, общенационального и регионального.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия для очной формы обучения

Семинар 1-2. Введение в дисциплину
Семинар 3-4. Методологические подходы к измерению креативной экономики
Семинар 5-6. Издательское дело как производственная система
Семинар 7-8. Экономические основы издательской деятельности
Семинар 9-11. Издательская себестоимость
Семинар 12-14. Рентабельность издательской продукции
Семинар 15-16. Ценообразование в издательском деле
Семинар 17-18. Бюджет медиакомпаний

3.4.2. Семинарские/практические занятия для очно-заочной формы обучения

Семинар 1. Введение в дисциплину
Семинар 2. Методологические подходы к измерению креативной экономики
Семинар 3. Издательское дело как производственная система
Семинар 4. Экономические основы издательской деятельности
Семинар 5-6. Издательская себестоимость
Семинар 7. Рентабельность издательской продукции
Семинар 8. Ценообразование в издательском деле
Семинар 9. Бюджет медиакомпаний

3.4.3. Семинарские/практические занятия для заочной формы обучения

Семинар 1. Введение в дисциплину
Методологические подходы к измерению креативной экономики
Семинар 2. Издательское дело как производственная система
Экономические основы издательской деятельности
Семинар 3. Издательская себестоимость
Рентабельность издательской продукции
Семинар 4. Ценообразование в издательском деле
Бюджет медиакомпаний

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ). 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ. // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ [Режим доступа – свободный]

Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.12.2022) «О средствах массовой информации». 27 декабря 1991 года N 2124-1 // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ [Режим доступа - свободный]

4.2 Основная литература

1. Кузнецов Б.А. Экономика и организация издательской деятельности: книгоиздание [Текст] : учебное пособие / Кузнецов Б. А. - 2-е издание, перераб. и доп. - Москва : Университетская кн. : Школа издательского и медиа бизнеса, 2012. - 358, [1] с. : ил., табл. - (Artifex. Издательское дело).; ISBN 978-5-9792-0052-1 (Университетская кн.) — URL: https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01006553412 (дата обращения: 11.05.2024)

2. Ульяновский А.В. Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев : учебное пособие / Ульяновский А.В.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 350 с. — ISBN 978-5-4497-0072-8. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/101352.html (дата обращения: 11.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4.3 Дополнительная литература

Глушкова Ю.О. Креативные индустрии: экономико-управленческая стратегия развития регионов России : монография / Глушкова Ю.О.. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2019. — 164 с. — ISBN 978-5-7433-3347-9. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99264.html (дата обращения: 11.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/99264

Креативные индустрии в обществе: исторические аспекты культурного производства : коллективная монография / И.В. Хриптулов [и др.].. — Москва : Научный консультант, 2018. — 126 с. — ISBN 978-5-907084-66-7. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/104960.html (дата обращения: 11.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4.4 Электронные образовательные ресурсы

Электронный образовательный ресурс «Экономика издательского дела»
https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=57 Темы 3 -7
Электронный образовательный ресурс «Экономика и менеджмент СМИ»
https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=45&section=10 Тема 8

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Российская государственная библиотека. http://www.rsl.ru/
2. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru/
3. http://expositions.nlr.ru/fond/paper/paper_moscow.php
4. http://www.nesta.org.uk/our-projects/topic/2#filter-block Инновационный фонд NESTA, раздел «Креативные индустрии»
5. http://creativeindustries.ru/rus/ Агентство «Творческие индустрии»
6. https://gipp.ru/ Союз предприятий печатной индустрии ГИПП
7. www.journalist-virt.ru (журнал "Журналист")
8. http://lib.walla.ru (Публичная Электронная Библиотека)
9. http://www.iqlib.ru (Электронная библиотека IQlib)
10. http://www.gumer.info (Библиотека ГУМЕР - гуманитарные науки)

5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда. Необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций.

Университет обеспечивает инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья специальными материально-техническими средствами обучения (включая специальное программное обеспечение) и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья, при наличии их заявлений о необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Курс «Экономика креативных индустрий» строится на сочетании лекционных и практических занятий. Практические занятия по курсу ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления профессиональной деятельности посредством активизации и усиления самостоятельной деятельности обучающихся. Предполагается использование активных и интерактивных форм проведения занятий.

Изучение учебной дисциплины осуществляется в форме интерактивных практических занятий. Задача лекционных занятий – изложение теоретического материала в рамках ниже указанной программы. Задача практических занятий – закрепление полученных теоретических знаний.

Активность на практических занятиях имеет приоритетное значение перед посещением лекций. Дискуссии на практических занятиях по заранее объявленным темам проходят в свободной форме и имеют целью выявление знания, понимания проблемы и способности критической оценки различных подходов к анализу экономики креативных индустрий.

Формы текущего и промежуточного контроля: выступление на круглых столах; участие в работе на практических занятиях, устные и письменные опросы.

Дисциплина оценивается в ходе зачета в шестом семестре. Зачет принимается в письменной форме или в форме собеседования, обязательны дополнительные вопросы по каждой пропущенной или плохо отработанной на семинаре/практическом занятии теме.

Результирующая оценка слагается из следующих составляющих:

- посещение лекций;
- активное участие в практических занятиях;
- результаты письменных и устных опросов.
- ответ во время зачета.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку способности к самостоятельной работе по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка реферата, презентации в мультимедийном формате по теме курса.

В процессе подготовки доклада, реферата и т.п. желательно ознакомиться с широким спектром источников по теме. Важно, чтобы студент хорошо ориентировался в тексте

доклада. Текст рекомендуется сдавать преподавателю для того, чтобы можно было более детально проанализировать и оценить доклад. Доклад должен сопровождаться вопросами и последующей дискуссией, которой управляет докладчик, желательно, чтобы преподаватель лишь только помогал при необходимости.

При подготовке презентации важно раскрыть тему доклада. Оценивается умение студента логично выстроить текст и грамотно проиллюстрировать его. Презентация должна содержать не менее 12 слайдов. В каждом слайде должен быть текст и иллюстрация. Слайды должны быть прокомментированы. Студент должен ответить на вопросы, возникающие в процессе презентации. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих практических занятиях.

Студенту, желающему углубить свои знания, предоставляется возможность расширить круг специализированного чтения за счет обращения к дополнительным источникам, указанным в программе курса.

В процессе самоподготовки студенту следует:

- изучать и анализировать источники и научную литературу, рекомендованную преподавателем по программе курса;
- пользоваться ресурсами Интернета для самостоятельного поиска научной информации по курсу.
- обращаться за разъяснениями к преподавателю по вопросам курса, которые вызывают затруднение.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: подготовка, представление и обсуждение рефератов, докладов на практических занятиях, выполнение контрольных работ.

Форма промежуточной аттестации – зачет в письменной форме или в форме собеседования.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают тематику сообщений, докладов для подготовки к практическим занятиям, тематику контрольных работ, вопросы для подготовки к зачету.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных рабочей программой по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине, методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка «зачтено», «не зачтено».

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

По результатам работы, включая итоговое собеседование по всем темам курса, студенту выставляется оценка «зачтено», «не зачтено».

Оценка «зачтено» выставляется в том случае, если выполнены все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой. Студент демонстрирует соответствие

знаний, умений приведенным далее показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации. Обучающийся демонстрирует знание концептуальных подходов креативных индустрий, экономических основ в области издательского дела. Обучающийся умеет правильно интерпретировать основы экономических знаний применительно к издательской деятельности и надлежащим образом применять экономические законы в издательской практике. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

Оценка «не зачтено» выставляется в том случае, если не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренные программой дисциплины. Студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации. Обучающийся не знает концептуальные подходы креативных индустрий. Не знает формы осуществления деятельности в сфере креативных индустрий в России и в мире; не знает процессы производства в креативных индустриях. Обучающийся демонстрирует полное незнание экономических основ в области издательского дела. Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет правильно интерпретировать основы экономических знаний применительно к издательской деятельности и надлежащим образом применять экономические законы в издательской практике. Испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Примерная тематика докладов, сообщений

1. Творческие индустрии как основа креативной экономики
2. Становление новых индустрий и новой экономики
3. Креативные индустрии в экономике России
4. Креативные индустрии как инновации в культуре и издательском деле
5. Теоретические аспекты воздействия креативного класса на экономику государства
6. «Новая экономика»: российская специфика
7. Основные участники экономического процесса в книгоиздательской отрасли
8. Основы хозяйственной деятельности в издательском бизнесе
9. Типы организационных структур в издательском деле
10. Государственная поддержка издательской деятельности в России
11. Структурные подразделения издательства: основные и вспомогательные
12. Нормирование и производительность труда в издательстве

Примерные вопросы контрольной работы

Что такое норма прибыли?
Что такое издержки производства и обращения?
Какие существуют методы учета затрат при формировании цены?
Приведите расчетную формулу для определения цены методом полных издержек.
Назовите преимущества определения цены методом полных издержек.
Чем отличается определение цены по методу предельных издержек от определения ее по методу стандартных издержек?

Охарактеризуйте иные методы определения цены издания (метод целевой нормы прибыли, метод потребительской оценки, метод установления цены на уровне текущих цен).
Что такое наценка издательства?
Что такое трансфертная цена?
Приведите расчетную формулу определения отпускной издательской цены.

7.3.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы для подготовки к зачету

1. Понятия культурной индустрии и креативной индустрии.
2. Различные подходы к понятию "креативность".
3. Роль креативных индустрий в развитии региональной экономики.
4. Подходы к классификации креативных индустрий.
5. Количественные и качественные показатели издательской деятельности.
6. Рентабельность издательской продукции.
7. Постоянные и переменные расходы.
8. Прямые и косвенные расходы.
9. Редакционные, общеиздательские и коммерческие расходы.
10. Прибыль, виды прибыли.
11. Прибыль и маржинальный доход.
12. Структура себестоимости издательской продукции.
13. Полная и общеиздательская себестоимость
14. Основные факторы, влияющие на себестоимость издательской продукции.
15. Процесс формирования цены на собственную продукцию в издательстве.
16. Методы ценообразования.
17. Формирование цены: отпускная цена, розничная цена.
18. Факторы, влияющие на уровень оптовой цены книги в издательстве.
19. Калькулирование издательской себестоимости.
20. Затраты на производство и реализацию издательской продукции.
21. Наценка издательства.
22. Безубыточный тираж издания.
23. Прибыль и доходность проекта.
24. Показатели рентабельности проекта.
25. Управление рентабельностью и прибыльностью издания.
26. Субъекты экономического процесса.
27. Финансовая база издательства.
28. Основные экономические категории производственной деятельности издательства: издержки, прибыль, валовой доход и др.
29. Количественные и качественные показатели издательской деятельности.
30. Бюджет медиакомпании.