Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 16.09.2025 15:33:46
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

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/

«27» февраля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИЗДАТЕЛЬСКОМ ДЕЛЕ

Направление подготовки / специальность
42.03.03 «Издательское дело»

Профиль / специализация

Книгоиздательское дело

Квалификация
бакалавр

Формы обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва, 2025

-

Разработчик(и): 

Проф., д. фил. н.
Зимина Л.В.

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Издательское дело
и книговедение»,
Доцент, канд. фил. н.  / И. Л. Шурыгина/

Содержание

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2 Место дисциплины в структуре образовательной программы 5
3 Структура и содержание дисциплины 5
3.1 Виды учебной работы и трудоемкость 5
3.2 Т ематический план изучения дисциплины 6
3.3 Содержание дисциплины 10
3.4 Тематика семинарских / практических и лабораторных занятий 12
3.5 Нормативные документы и ГОСТ 12
3.6 Основная литература 13
3.7 Интернет-платформы и сервисы 14
3.8 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 14
3.9 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 14
4 Материально-техническое обеспечение 14
5 Методические рекомендации 14
5.1 Методические рекомендации (для преподавателя) 14
5.2 Методические указания (для обучающихся) 15

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями освоения дисциплины «**Инновационные технологии в издательском деле**» являются: формирование профессиональных компетенций, связанных с внедрением инновационных технологий в редакционно-издательский процесс и развитием издательского предприятия.

В процессе изучения курса необходимо решать задачи в следующих инновационных направлениях:

- ✓ владение навыками организации и проведения научно-прикладных исследований отечественного и зарубежного рынков электронных изданий;
- ✓ отслеживание динамики развития книгоиздания (печатного и электронного) и медиа тренды на глобальном и российском рынке;
- ✓ применение цифровых технологий и прочих технических средств в издательском деле;
- ✓ тестирование онлайновых международных (глобальных) и российских платформ самопубликаций *(self-publishing)* для создания цифровых книг;
- ✓ использование сервисов коллективного финансирования (краудфандинг);
- ✓ организация редакционно-издательского процесса;
- ✓ проведение маркетинговых исследований;
- ✓ владение рекламно-маркетинговыми приемами продвижения изданий;
- ✓ использование технологий искусственного интеллекта (ИИ) / *Artificial Intelligence* (AI), или генеративных нейросетей в книжном деле;
- ✓ определение направления и содержание инновационной деятельности издательства; организация деятельности и управление издательством;
- ✓ внедрение инновационных технологий в издательском деле.

Обучение по дисциплине «**Инновационные технологии в издательском деле**» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	**Индикаторы достижения компетенции**
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1. Формулирует совокупность задач в рамках поставленной цели проекта, решение которых обеспечивает ее достижение ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования
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; **ИПК-3.2** Формирует издательский оригиналмакет и готовит издание к выпуску; **ИПК-3.3** Использует современные технологии при создании и продвижении медиапродукта

ПК-4. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере издательского дела	**ИПК-4.1.** Определяет содержание, структуру и аппарат проектируемых медиапродуктов; **ИПК-4,2.** Осуществляет оперативный контроль разработки и реализации проекта медиапродукта; **ИПК-4.3.** Соблюдает нормативные и технологические требования при разработке проекта медиапродукта

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части (части, формируемой участниками образовательных отношений) блока Б.1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина «Инновационные технологии в издательском деле» является составным элементом профессионального цикла магистерской программы. Дисциплина изучается студентами в первом семестре первого курса для получения квалификации (степени) магистр.

Логически и методически изучение дисциплины связано с базовыми знаниями, полученными при изучении курсов «Маркетинг-менеджмент в издательском деле», «Издательские стратегии», «Управление издательскими проектами», «Современный издательский процесс».

3 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(е) единиц(ы) (180 часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

3.1.1. Очная форма

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			1	2
1	**Аудиторные занятия**	**72**		
	В том числе:			
1.1	Лекции	36	18	18
1.2	Семинарские / практические занятия	36		
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	108		
	В том числе:			
2.1				
2.2				
3	**Промежуточная аттестация**			
	экзамен			
	Итого:	**180**		**экзамен**

3.1.2.: Заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			1	2
1	**Аудиторные занятия**	**28**		

	В том числе:			
1,1	Лекции	10		
1,2	Семинарские / практические занятия	18		
1,3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	152		
	В том числе:			
2,1				
2,2				
3	**Промежуточная аттестация**			
	экзамен			**экзамен**
	Итого:	**180**		

4.4 Тематический план изучения дисциплины (по формам обучения)

3,2,1 Очная форма обучения

№ п/п	Разделы / темы дисциплины	Трудоемкость, час				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские / практические занятия	Лабораторные занятия	
	Тема1. Введение в дисциплину, Общая характеристика курса, Основные цель и задачи курса, Профессиональные компетенции, Рекомендуемая литература, Теоретики инновационной экономики, Понятие «инновации» и его генезис, Виды инноваций,		2			12
	Тема 2, Книжный рынок России (современное состояние, динамика выпуска по основным показателям, репертуарная политика), Медиааналитика: медиа тренды на мировом и российском рынке (общая характеристика), Обзор цифровой сферы (мобильные и социальные медиа),		2	4		12
	Тема 3, Цифровые технологии в издательском деле, Технологические инновации (it-инновации) в издательском деле, Динамика развития рынка электронных книг в России и особенности медиапотребления, Основные драйверы роста рынка электронных книг в России, Структура рынка цифрового (электронного) книгоиздания,		2	4		12
	Тема 4, Цифровой Self-publishing (SP), или авторские и издательские платформы самопубликаций (генезис, типы SP, творческие и		2	4		1

	технологические аспекты, современное состояние). Обзор международных (глобальных) и российских платформ.					
	Тема 5. Технологии искусственного интеллекта (ИИ) / *Artificial Intelligence* (AI) в книжном деле. Нейросети в креативных индустриях: от генерации текстов до их визуализации.		2	4		12
	Тема 6. Краудфандинг в издательском деле. Аутсорсинг, краудсорсинг, краудинвестинг, краудфандинг (определения, применение в издательском деле). Краудфандинговые платформы (российские, международные).		2	4		12
	Тема 7. Инновационные издательские проекты (дефиниции, общая типологическая характеристика). Печатные проекты с интеграцией цифровых технологий		2	6		12
	Тема 8. Инновации в маркетинговой деятельности издательства. Рекламномаркетинговые стратегии издательств в социальных медиа.		2	4		12
	Тема 9. Инновационная деятельность и развитие издательства. Направления и содержания инновационной деятельности издательства. Инновационные технологии в производстве и реализации книжной продукции. Роль литературных агентств, книжного продюсирования в издательском бизнесе. Регулирование авторских прав на российском и глобальном рынке (общие вопросы). Законодательство об авторском праве в цифровой среде. Новые правовые инициативы (CC-лицензии) как альтернатива авторскому праву.		2	6		12
Итого		**180**	**18**	**36**		**108**

3.2.2. Заочная форма обучения

№ п/п	**Разделы / темы дисциплины**	**Трудоемкость, час**				
		Всего	**Аудиторная работа**			**Самостоятельная работа**
			Лекции	Семинарские / практические занятия	Лабораторные занятия	
	Тема1. Введение в дисциплину. Общая характеристика курса. Основные цель и задачи		1			16

	курса. Профессиональные компетенции. Рекомендуемая литература. Теоретики инновационной экономики. Понятие «инновации» и его генезис. Виды инноваций.					
	Тема 2. Книжный рынок России (современное состояние, динамика выпуска по основным показателям, репертуарная политика). Медиааналитика: медиа тренды на мировом и российском рынке (общая характеристика). Обзор цифровой сферы (мобильные и социальные медиа).		1	2		16
	Тема 3. Цифровые технологии в издательском деле. Технологические инновации (it-инновации) в издательском деле. Динамика развития рынка электронных книг в России и особенности медиапотребления. Основные драйверы роста рынка электронных книг в России. Структура рынка цифрового (электронного) книгоиздания.		1	2		16
	Тема 4. Цифровой Self-publishing (SP), или авторские и издательские платформы самопубликаций (генезис, типы SP, творческие и технологические аспекты, современное состояние). Обзор международных (глобальных) и российских платформ.		2	2		20
	Тема 5. Технологии искусственного интеллекта (ИИ) / *Artificial Intelligence* (AI) в книжном деле. Нейросети в креативных индустриях: от генерации текстов до их визуализации.		1	2		16
	Тема 6. Краудфандинг в издательском деле. Аутсорсинг, краудсорсинг, краудинвестинг, краудфандинг (определения, применение в издательском деле). Краудфандинговые платформы (российские, международные).		1	2		16
	Тема 7. Понятие «издательский проект». Инновационные издательские проекты (дефиниции, общая типологическая характеристика). Печатные проекты с интеграцией цифровых технологий		1	4		16
	Тема 8. Инновации в маркетинговой деятельности издательства. Рекламномаркетинговые стратегии издательств в социальных медиа.		1	2		16
	Тема 9. Инновационная деятельность и развитие издательства. Направления и содержания инновационной деятельности издательства. Инновационные технологии в производстве и реализации книжной продукции. Роль		1	2		20

4.5 Содержание дисциплины

Тема1. Введение в дисциплину. **Общая характеристика курса. Основные цель и задачи курса. Профессиональные компетенции. Рекомендуемая литература. Теоретики инновационной экономики. Понятие «инновации» и его генезис. Виды инноваций.**

Общая характеристика курса. Основные цель и задачи курса. Рекомендуемая литература. Понятие «инновации» и его генезис. Теоретики инновационной экономики. Концептуализация инноваций. Диффузия инноваций (Э. Роджерс). Основные виды инноваций**:** *технологические;* социальные (процессные), *продуктовые, организационные, маркетинговые.*

Тема 2. Книжный рынок России (современное состояние, динамика выпуска по основным показателям, репертуарная политика). Медиа аналитика: медиа тренды на мировом и российском рынке (общая характеристика). Обзор цифровой сферы (мобильные и социальные медиа).

Общая характеристика тенденций развития книжного рынка на текущий период. Обзор медиа трендов на глобальном рынке (на текущий период).

Тема 3. Цифровые технологии в издательском деле. Технологические инновации (it- инновации) в издательском деле. Динамика развития рынка электронных книг в России и особенности медиапотребления. Основные драйверы роста рынка электронных книг в России. Структура рынка цифрового (электронного) книгоиздания.

Динамика развития рынка электронных книг в России и особенности медиапотребления. Основные драйверы роста рынка электронных книг в России (рост продаваемых в электронном формате наименований; рост средней цены электронной книги; расширение аудитории подписных сервисов, развитие самиздата с появлением селф-паблишинговых платформ, рост популярности аудиокниг). Структура рынка цифрового (электронного) книгоиздания: смешанные издательства, выпускающие печатные и электронные книги; цифровые издательства, электронные книжные магазины («ЛитРес») и онлайновые платформы; селф-паблишинговые платформы *(Ridero, Lulu* и пр.), подписные библиотечные сервисы *(Mybook);* компании, выпускающие аудиокниги. Краткий словарь электронного книгоиздания (агрегатор прав, Amazon, apps (applications), Apple iBookStore, Bookmate, букридер, верстка электронных книг, DRM, ePUB, FB2, PDF, Fixed Layout, Google Play, iBooks, Kobo, конвертация, Mobi, Kindel Format 8/KF8, Kindel in Motion, электронная книга и пр.). Производство цифровых (или электронных книг). Цифровые издательские продукты. Цифровые форматы. Форматы электронных книг. Электронные издания (ЭИ), их основные виды, аппарат. Депозитарии ЭИ. Цифровые предложения российских издательств. Онлайновые издания, гибридные издательские проекты. Технологии *print on demand (POD).* Медиаконвергенция и издательский бизнес. t/GC-контент в издательском деле. Кроссмедийные публикации. Контент-менеджмент в издательстве. Облачные технологии в издательском деле.

Тема 4. Цифровой Self-publishing (SP), или авторские и издательские платформы самопубликаций (генезис, типы SP, творческие и технологические аспекты, современное состояние). Обзор международных (глобальных) и российских платформ.

Феномен селф-паблишинга *(self-publishing, SP):* генезис, типы SP, творческие и технологические аспекты, современное состояние. Международные сервисы *(Lulu, Amazon Kindle Direct Publishing; Blurb, Smashwords* и пр.) и российские платформы самопубликаций *(Ridero,* «ЛитРес: Самиздат»); монетизируемые сервисы. Цифровые издательские проекты под брендом «Издательские решения» и *Ridero* (динамика выпуска, жанровая структура, критические оценки и пр.). Сущность (и смысл), функции издательской деятельности в

контексте *SP*. Рост цифрового «самиздата» в общей структуре электронного книгоиздания (по числу названий). Влияние селф-паблишинга на современный издательский бизнес.

Тема 5. Технологии искусственного интеллекта (ИИ) / *Artificial Intelligence* (AI) в книжном деле. Нейросети в креативных индустриях: от генерации текстов до их визуализации.

Технологии искусственного интеллекта (ИИ) / *Artificial Intelligence* (AI) в книжном деле. Обзор генеративных нейросетей: a) генерация текста *(GPT-3, ruGPT-3);* b) визуализация текста *(DALL-E* 2 от *Open AI,* семейство моделей *Russian DALL-E, Midjourney, Dream* от *Wombo Art, Stable Diffusion* и пр.). Инновационные издательские проекты, созданные с использование нейросетей. Книжные обложки и иллюстрации, созданные с помощью нейросетей. Вопросы авторского права в связи с использованием генеративных нейросетей. Перспективы использования технологии ИИ в креативных индустриях

Тема 6. Краудфандинг в издательском деле. Аутсорсинг, краудсорсинг, краудинвестинг, краудфандинг (определения, применение в издательском деле). Краудфандинговые платформы (российские, международные).

Краудфандинговые платформы, или сервисы коллективного финансирования: основные дефиниции (краудсорсинг, краудинвестинг, краудфандинг), идеология и функционирование. Международные крауд-платформы: *Kickstarter, IndieGoGo.* Российские крауд-платформы: *Planeta, Boomstarter, Crowdrepublic и пр.* Издательские проекты, реализованные с помощью крауд-платформ: общая типологическая характеристика, особенности маркетинга. Перспективы развития краудфандинга в России.

Тема 7. Инновационные издательские проекты (дефиниции, общая типологическая характеристика). Печатные проекты с интеграцией цифровых технологий

Понятие «издательский проект»**.** Типология издательских проектов. Инновационные издательские проекты (международный и российский рынок). Критерии инновационности. Креативные издательские проекты**.** Издательский проект в системе бизнес-планирования. Управление качеством издательской продукции. Методы контроля и оценки эффективности реализации инновационных проектов. Обзор интерактивных издательских проектов. Инновационные печатные проекты с интеграцией цифровых технологий (печатная книга+приложение), с использованием *AR* и FR-технологии. *Augmented Reality Books, AR- books* / книги с дополненной реальностью. Издательства, выпускающие AR-books (фиджитал проекты): Devar, АСТ, ООО «Дом Печати Издательства Книготорговли «Капитал», Carlton Books и пр.). Интерактивные книжные приложения в современной медиасистеме: стратегии выпуска и продвижения. Технологические, софтверные, социокультурные и правовые ограничения, мешающие развитию рынка интерактивных книжных приложений (новому поколению цифровых книг).

Тема 8. Инновации в маркетинговой деятельности издательства. Рекламно-маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа.

Маркетинговые исследования рынка и постановка инновационных маркетинговых задач. Словарь основных терминов маркетинга (целевая аудитория, позиционирование, коммуникативная стратегия, дистрибьюция, ритейл, ивент-маркетинг, брендинг, диверсификация, сэмплинг, корпоративная стратегия и др.). Стратегии продвижения и продажи книг. Маркетинг в социальных медиа (SMM), интернет-маркетинг, контентмаркетинг, инфлюэнс-маркетинг. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Рекламномаркетинговые стратегии издательств в социальных медиа. Анализ успешных рекламномаркетинговых кампаний по продвижению издательств и издательских проектов. Влияние маркетинга на современную культуру. Онлайн-маркетинг сервисов для чтения книг.

Тема 9. Инновационная деятельность и развитие издательства. Направления и содержания инновационной деятельности издательства. Инновационные технологии в производстве и реализации книжной продукции. Роль литературных агентств, книжного продюсирования в издательском бизнесе. Регулирование авторских прав на российском и глобальном рынке (общие вопросы). Законодательство об авторском праве в цифровой среде. Новые правовые инициативы (CC-лицензии) как альтернатива авторскому праву.

Инновационная деятельность издательства. Основные виды инноваций в издательском деле. Работа издательства с авторским коллективом. Заключение договора с автором. Оценка, рецензирование и одобрение авторского оригинала. Презентация издательского проекта. Аутсорсинг в издательском деле.

Литературные агентства, их основные функции (на примере зарубежных и российских агентств). Книжный продюсер vs книжный редактор (функции, компетенции).

Управление инновационным предприятием. Система внутреннего управления издательством. Управление персоналом издательского предприятия. Организация и стимулирование инновационной деятельности в издательстве. Методы управления. Методы и масштабы стимулирования. Тематическое планирование как основа плановой работы издательства.

Регулирование авторских прав на российском и глобальном рынке (общие вопросы). Проблемы авторского права в цифровой среде. Идеи копилефта и *Creative Commons* (творческие общины). CC-лицензии как альтернатива современному законодательству об авторском праве. Общая характеристика основных типов CC-лицензий. Использование CC- лицензий в традиционном книгоиздании.

4.6 Тематика семинарских / практических и лабораторных занятий

4.6.1 Семинарские / практические занятия

Практические занятия 1. Книжный рынок России (современное состояние, динамика выпуска по основным показателям, репертуарная политика). Медиааналитика

Практические занятия 2. Структура рынка цифрового книгоиздания.

Практические занятия 3. Цифровой «самиздат» / Self-publishing (SP), или авторские и издательские платформы самопубликаций.

Практические занятия 4. Книги с дополненной реальностью *(augmented reality books, AR-books).*

Практические занятия 5. Технологии искусственного интеллекта (ИИ) / *Artificial Intelligence* (AI) в книжном деле.

Практические занятия 6. Краудфандинг в издательском деле.

Практические занятия 7. Инновационные издательские проекты

Практические занятия 8. Рекламно-маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа.

Практические занятия 9. Инновационная деятельность и развитие издательства. Роль литературных агентств, книжного продюсирования в издательском бизнесе.

4.7 Нормативные документы и ГОСТ

ГОСТ Р 7.0.83-2012 «Электронные издания: Основные виды и выходные сведения» (дата введения: 2013.07.01).

ГОСТ Р 7.60-2020 «Издания. Основные виды. Термины и определения» (дата введения: 2020-07-01)

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение 4.1.

Основная литература

1. *Зимина Л В.* Буктрейлеры в системе рекламно-маркетинговых коммуникаций книжного дела // Известия вузов / Проблемы полиграфии и издательского дела. 2012. № 2. С. 170-179. URL: http://www.elibrary.ru (дата обращения: 04.09.2022)

3. *Зимина Л. В.* Интерактивные книжные приложения в современной медиасистеме: стратегии выпуска и продвижения // Библиосфера. 2021. № 4. С. 29-38. https://doi. org/10.20913/1815-3186-2021 -4-29-38.

4. *Зимина Л. В.* Книжный продюсер vs книжный редактор в издательском бизнесе // Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. - М.: Фак. журн. МГУ, 2022. - С. 276 - 277.

5. *Зимина Л. В.* Культурная конвергенция: Новые медиа и издательский бизнес // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. N5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. С. 377 - 382. URL: https://cyberleninka.m/article/n/kulturnava-konvergentsiva-novve-media-i-izdatelskiy-biznes; URL: https://elibrary.ru/download/elibrary 23338721 46375405.PDF (дата обращения: 04.09.2022)

6. *Зимина Л. В.* Книжная обложка как интерсемиотическая интерпретация в цифровую эпоху //Библиография и книговедение. - 2020. - №1. - С. 138 - 156.

7. *Зимина Л. В.* Маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа // Известия вузов / Проблема полиграфии и издательского дела. 2015. № 2. С. 70-79. URL: http://www.elibrary.ru (дата обращения: 04.09.2022)

8. *Зимина Л. В.* Самостоятельные публикации, или селф-паблишинг в контексте современного книгоиздания // Известия вузов / Проблемы полиграфии и издательского дела. 2017. № 6. С. 40 - 52. URL: http://www.elibrary.ru (дата обращения: 04.04.2020).

9. *Зимина Л. В.* Self-Publishing: Авторские и издательские интернет-платформы самопубликаций// Знак: Проблемное поле медиаобразования. 2017. N3 (25). С. 135 - 142. URL: https://cvberleninka.ru/article/n/self-publishing-avtorskie-i-izdatelskie-internet-platformv-samopublikatsiy (дата обращения: 04.09.2022)

10. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития / Отраслевой доклад под общ. ред. В.В. Григорьева. - Москва: Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ, 2022. - 92 с. URL: https://bookunion.ru/upload/files/Bookmarket-2022.pdf?ysclid=l82xv2h1 mt289038322 (дата обращения: 04.09.2022)

4.2. Дополнительная литература

1. *Ганова, М. Е.* Издательский проект в современном отечественном книгоиздании: типология, особенности моделирования : автореферат дис. ... кандидата филологических наук : 05.25.03 / Ганова Мария Евгеньевна; [Место защиты: Моск. гос. ун-т печати им. Ивана Федорова]. - Москва, 2015. - 29 с.

2. *ГершманМ. А.* Инновационный менеджмент. — М.: Маркет ДС, 2008. — 200 с. — ISBN 5-7958-0150-6

3. *Зимина Л. В.* Рекламно-маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа // Библиография. 2015. N2 (397). С. 12 - 25.

4. *Зорина С. Ю.* Книжные люди. Кто создает, продает, продвигает книги в России? - М.:

5. Как это делается: продюсирование в креативных индустриях [Электронный текст] / под ред. А. Качкаевой, А. Новиковой, Р. Юркиной. - М.: Издательские решения, 2016. - 380 с.

6. *Лессиг Л.* Свободная культура. Как медиаконцерны используют технологии и законы для того, чтобы душить культуру и контролировать творчество. - М.: Прагматика Культуры, 2007. - 272 с.

4.4 Электронные образовательные ресурсы

На платформе системы дистанционного обучения Московского Политеха имеется одноименный поддерживающий курс ЭОР, доступный по ссылке: https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=4754

4.8 Интернет-платформы и сервисы

1. **Крауд-платформы:** ***российские*** *(Planeta.ru, Boomstarter.ru, Crowdrepublic.ru)* ***и международные*** *(Kickstarter.com, IndieGoGo.com)* .
2. **Международные селф-паблишинговые платформы**: Lulu.com, Amazon Kindle Direct Publishing <https://kdp.amazon.com/signin>; Smashwords <http://www.smashwords.com>; XinXii <http://www.xinxii.com/ru> и пр.
3. ***Ridero.****ru* — российская электронная издательская платформа для независимых авторов <https://ridero.ru/>.

3.7 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Microsoft Office

3.8 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Российская книжная палата (филиал ИТАР-ТАСС). URL: http://gbu.bookchamber.ru/.
2. Научная электронная библиотека — URL: http://www.elibrary.ru/
3. Национальная электронная библиотека (НЭБ). URL: https://rusneb.ru/.

5 Материально-техническое обеспечение

Интерактивная доска.

6 Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации (для преподавателя)

При освоении дисциплины помимо традиционных лекций и практических занятий предусматривается использование активных и интерактивных форм проведения занятий:

- подготовка докладов по дисциплине, сопровождающихся электронными презентациями;
- участие в мастер-классах специалистов отрасли;
- работа в команде при выполнении отдельных творческих заданий.
- использование интернет-технологий для поиска информационных и аналитических материалов по теме курса и выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации);

- использование новых цифровых и в целом инновационных технологий для тестирования различных селф-паблишинговых платформ,
- экскурсии на книжные выставки.

Темы практических занятий построены в соответствии с лекционным материалом, они расширяют и закрепляют знания студентов.

Список литературы рекомендуется регулярно обновлять и расширять.

6.2 Методические указания (для обучающихся)

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

Предполагается выполнение творческих заданий (создание цифровых книг с помощью различных платформ и сервисов, использование генеративных нейросетей).

7 Фонд оценочных средств (Оценка результатов обучения)

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 докладов и творческих заданий на практических занятиях.

Форма аттестации - экзамен.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают тематику сообщений для подготовки к практическим занятиям, контрольные вопросы для проведения экзамена.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом 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 (модулю) выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

6.2 Оценочные

средства Примерные

творческие задания

1. Создание цифровой книги на платформе *Ridero* (или на глобальных self-pub платформах).
2. Разработка концепции продвижения издательского проекта на крауд-платформе.
3. Разработка концепции издания и его продвижения на краудфандинговой платформе (крауд-платформе).
4. Создание книжных обложек и книжных иллюстраций с помощью генеративных нейросетей с их интеграцией в созданные цифровые книги на селф-паблишинговых платформах.
5. Создание буктрейлеров к издательским проектам (литературно-художественным, учебным, справочным и пр. изданиям).
6. Создание крауд-трека к издательскому проекту, продвигаемому на краудфандинговой платформе (российской или международной).

7 Создание дополненного контента на специализированных платформах и студиях

Примерные темы докладов

1. Инновационные и творческие процессы в издательстве: взаимосвязь и факторы управления.
2. Стратегии инновационной деятельности издательств в социальных медиа.
3. Инновационные креативные проекты издательств.
4. Маркетинговые инновации в издательском деле.
5. Управленческие инновации в издательском деле.
6. Разработка новой издательской серии.
7. Концепции продвижения и реализации издательской продукции на инновационных рынках
8. Проанализировать организационную структуру издательства, являющегося местом прохождения производственной практики.
9. Инновационная деятельность современного издательства (по выбору).
10. Обзор основных инновационных технологий в издательском деле.
11. Подготовить обзор по результатам тестирования российских и международных авторских и издательских сервисов самопубликаций.
12. Проанализировать цифровые издательские проекты, выпущенные под брендом «Издательские решения» и *Ridero* по ряду направлений: а) поэтика заглавий; б) выбор авторского псевдонима; в) жанровая структура; г) цифровая обложка (и иллюстрации); д) пофрагментный анализ текста произведения и пр.
13. Проанализировать издательские проекты (книжные, периодических изданий), реализованные с помощью крауд-платформ.
14. Продвижения издательства (издательских проектов) в социальных медиа.
15. Инновационные издательские проекты.
16. Книжным приложения в практике российских издательств.

Примерные вопросы к экзамену

1. Понятие «инновации». Основные виды инноваций в издательском деле.
2. Современная система российского книгоиздания: динамика выпуска (основные статистические показатели), издательская структура, репертуарная политика.
3. Понятие «издательская серия». Принцип серийности в современной издательской практике.
4. Определение электронного издания. Основные виды электронных изданий (согласно ГОСТ Р 7.0.83-2013 «Электронные издания. Основные виды и выходные сведения» и ГОСТ Р 7.0.60-2020 «Издания. Основные виды. Термины и определения»). Государственный учет и статистика электронных изданий в России.
5. Общая типологическая характеристика изданий (ГОСТ Р 7.0.60-2020 «Издания. Основные виды. Термины и определения»).
6. Структура рынка цифрового книгоиздания.
7. Феномен селф-паблишинга *(self-publishing)',* генезис, основные понятия, творческие и технологические аспекты, современное состояние.
8. Книги с дополненной реальностью *(augmented reality books).* Современные тенденции развития AR-books на российском книжном рынке.
9. Новое поколение цифровых книг, или интерактивные книжные приложения *(interactive ebook apps*): стратегии выпуска и продвижение.
10. Современные издательские «технологии» озаглавливания книг (по выбору: любой жанр массовой беллетристики, нон-фикшн и пр.).
11. Способы конструирования «авторства» в современной издательской практике. Псевдоним как литературное явление и издательский феномен.
12. Основные понятия: издательский проект, инновационный издательский проект, кроссмедийный проект, литературный проект, авторский проект и пр.

13. Основные элементы аппарата издания (справочно-вспомогательного, научносправочного) в изданиях разного вида.
14. Комментарии в литературно-художественных изданиях. Виды комментариев.
15. Инновационные практики комментирования в современных издательских проектах.
16. Вспомогательные указатели, их виды; методика редактирования.
17. Академические стратегии издательств (в общем виде). Академический сегмент Рунета. Цифровые проекты академических собраний сочинений.
18. Базовые понятия: *краудфандинг, краудинвестинг, краудсорсинг, аутсорсинг.* Применение в издательском деле.
19. Краудфандинговые платформы (российские, глобальные). Краудфандинг в издательском деле: особенности продвижения издательских проектов на крауд-платформах.
20. Технологии искусственного интеллекта *(Artificial Intelligence, AI),* или генеративные нейросети в книжном деле.
21. Книжное продюсирование в современной издательской практике.
22. Литературные агентства (зарубежные и российские), их основные функции.
23. Проанализировать издательские проекты, реализованные на российских крауд-платформах (общая видо-типологическая характеристика проектов, круг участников, финансовые показатели/успешность и пр.).
24. Оценить перспективы использования технологий искусственного интеллекта (нейросетей) в креативных индустриях.
25. Проанализировать инновационные издательские проекты (на примере конкретных книжных проектов или периодических изданий).
26. Оценить потенциал книжного продюсирования в издательском деле (сегмент изданий нон-фикшн).
27. Оценить структуру рынка цифрового книгоиздания по следующим направлениям: смешанные издательства, самостоятельные цифровые издательства, электронные книжные магазины, издательские сервисы и платформы самопубликаций, онлайновые библиотеки. Проиллюстрировать на примерах.
28. Проанализировать инновационные формы деятельности издательств (по выбору): издательства деловой литературы («Манн, Иванов и Фербер», «Альпина Паблишер» и пр.); издательства, выпускающие переводную литературу *(Corpus, «Иностранка» и пр.),* независимые *(Ad Marginem, Individuum и пр.),* издательства детской литературы (можно на примере издательств, являющихся местом прохождения практики).
29. Охарактеризовать сегмент селф-паблишинга на примере цифровых книг под брендом «Издательские решения» и *Ridero* (выбор псевдонима, заглавие, книжная обложка, жанровая структура, вид литературы и пр.).
30. Оценить деятельность российских литературных агентств на российском книжном рынке.
31. Охарактеризовать внешние элементы книжного оформления (обложка/переплет, суперобложка) и оценить их роль в рекламе и продвижении книг.
32. Охарактеризовать книжные сервисы для чтения электронных книг (т.н. социальные «читалки») на примере *Bookmate, My Book* и пр. Базовые принципы функционирования (бизнес-модель публикации и дистрибуции, книгофонды, читательская аудитория, канал продвижения книг, навигационный инструмент)
33. Охарактеризовать рекламно-маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа (на конкретных примерах).
34. Охарактеризовать рекламно-маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа (на примере любого издательства).
35. Охарактеризовать основные элементы выходных сведений и выпускных данных (на примере любого издания).

36. Разработать концепцию издательского проекта (на примере литературнохудожественного издания, издания для детей и пр. - по выбору; можно на примере периодического издания).
37. Разработать концепцию краудфандинга в издательском деле (от создания до продвижения проектов на крауд-платформах).
38. Разработать цифровые / онлайновые стратегии издательства.
39. Охарактеризовать стратегии выпуска интерактивных книжных приложений *(interactive ebook apps),* а также основные ограничения, препятствующие развитию этого сегмента цифровых книг.
40. Проанализировать аппарат издания (научный, справочно-вспомогательный) как средство интерпретации литературного произведения на конкретных примерах (по выбору): издания серии «Литературные памятники», «Библиотека поэта»; Собрания сочинений классиков; а также моноиздания, сборники (изд-во по выбору).
41. Охарактеризовать сегмент нон-фикшн изданий на российском книжном рынке (издательская структура, «жанровые» предпочтения).
42. Оценить перспективы использования технологий искусственного интеллекта (нейросетей) в книжном деле.
43. Охарактеризовать российские издательские проекты с дополненной реальностью *(augmented reality books).*
44. Оценить основные преимущества инструментов краудфандинга, краудсорсинга и краудинвестинга при создании и продвижении издательских проектов.
45. Методика создания цифровых книг на *Ridero* (российская электронная издательская платформа для независимых авторов).
46. Методика организации и проведения краудфандинговых кампаний на российских крауд-платформах.
47. Основные принципы (приемы) ведения блогов в социальных сетях для продвижения издательств. Проиллюстрировать на примерах.
48. Основные принципы отбора и критерии оценки рукописи в издательствах различного профиля (издательство по выбору).
49. Основные принципы создания цифровых книг для независимых авторов.
50. Методика разработки концепции издательского проекта (по выбору: литературнохудожественный сборник, издание для детей).
51. Основные принципы (приемы) ведения блогов в социальных сетях для продвижения издательских проектов. Проиллюстрировать на примерах.
52. Основные технологии создания буктрейлеров.
53. Методика организации и проведения краудфандинговых кампаний на глобальных крауд-платформах.
54. Методика составления и редактирования вспомогательных указателей в изданиях (по выбору - учебных, научных, справочных).
55. Методика составления и редактирования вспомогательных указателей в литературнохудожественных изданиях.
56. Технологии создание крауд-трека для продвижения издательского проекта на краудфандинговой платформе.
57. Разработки концепции литературно-художественной серии (основные принципы). Проиллюстрировать на примерах.
58. Разработки концепции аппарата издательского проекта (основные принципы).
59. Разработки концепции нон-фикшн серии (основные принципы).
60. Методика разработки концепции аппарата (научно-справочного, справочновспомогательного) издательского проекта.
61. Основные приемы (принципы) разработки стратегии рекламно-маркетинговой кампании в социальных медиа.
62. Основные приемы ведения блогов в книжном деле.

63. Создание цифровых книг на российских селф-паблишинговых сервисах - *Ridero*, «ЛитРес. Самиздат» (сравнить).