Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 14.08.2024 10:07:40
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждениевысшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСПОЛИТЕХ)
Институт издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Директор
/ Е.Л. Хохлогорская /

«15» февраля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ИЗДАТЕЛЬСКОМ ДЕЛЕ

Направление подготовки / специальность
42.03.03 Издательское дело
Профиль
Книгоиздательское дело

Квалификация выпускника
Бакалавр

Формы обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва, 2024.

Разработчик(и):

Д-р ист. н., профессор кафедры

 / Т.Г. Куприянова /

Согласовано:
Заведующий кафедрой
«Издательское дело и книговедение»,
к.ф.н., доцент
И.Л. Шурыгина 

Содержание

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2 Место дисциплины в структуре образовательной программы 4
3 Структура и содержание дисциплины 4
3.1 Виды учебной работы и трудоемкость 4
3.2 Тематический план изучения дисциплины 6
3.3 Содержание дисциплины ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
3.4 Тематика семинарских / практических и лабораторных занятий **Ошибка! Закладка не определена.**
4 Учебно-методическое и информационное обеспечение 12
4.1 Нормативные документы и ГОСТы 12
4.2 Основная литература 13
4.3 Дополнительная литература 13
4.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 13
4.5 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 13
5 Материально-техническое обеспечение 13
6 Методические рекомендации 13
6.1 Методические рекомендации (для преподавателя) 13
6.2 Методические указания (для обучающихся) 15
7 Фонд оценочных средств (Оценка результатов обучения) 16

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель освоения дисциплины «Основы предпринимательства в издательском деле» является формирование системного представления об издательском предпринимательстве как феномене бизнес-экономики.

К числу основных задач освоения дисциплины относятся:

– организационные основы издательских предприятий;
– содержание и сущность издательского предпринимательства;
– факторы влияния внешней и внутренней среды;
– ресурсы и материальные потоки в деятельности издательств.
– основные характеристики издателя-предпринимателя.

Обучение по дисциплине «Основы предпринимательства 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. Определяет круг задач развития и основные тренды на информационно-коммуникационных рынках ИУК-2.2 . Определяет цели и факторы влияния на развитие медиа-коммуникационных продуктов в русле информационной политики издательской организации ИУК-2.3. Внедряет оптимальные способы решения информационной политики издательской организации, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИОПК-1.1. Разрабатывает востребованные обществом медиапродукты и коммуникационные продукты в соответствии с организационно-технологическими инновациями. ИОПК-1.2. Выстраивает систему позиционирования медиапродуктов в разных медиасегментах и на разных платформах книжного рынка.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: «Маркетинг в издательском деле», «Основы технологического предпринимательства», Профессионально-творческая практика.

3 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(е) единиц(ы) (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	Семестры	
1	**Аудиторные занятия**	**72**	5	
	В том числе:			
1.1	Лекции	36	5	
1.2	Семинарские / практические занятия	36	5	
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**36**	5	
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Подготовка к занятиям	36	5	
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет		5	
	Итого:	**108**		

3.1.2 Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			7	
1	**Аудиторные занятия**	**54**	54	
	В том числе:			
1.1	Лекции	18	18	
1.2	Семинарские / практические занятия	36	36	
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**54**	54	
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Проработка лекций, тестов			
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет			
	108Итого:		108	

3.1.3 Заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
1	**Аудиторные занятия**	**16**	7	
	В том числе:			
1.1	Лекции	8	7	
1.2	Семинарские / практические занятия	8	7	
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**92**		
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа		7	
2.2	Проработка лекций, тестов	56	7	
3	**Промежуточная аттестация**			

	Зачет	**36**	7	
	Итого:	**108**		

3.2 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	
1	Раздел 1. Понятие и содержание предпринимательства в издательской деятельности.	12	4	4		4
	Тема 1. 1. Научное понимание предпринимательства					
	Тема 1.2. Специфика предпринимательства в издательском деле.					
2	Раздел 2. Основы издательско-производственного предпринимательства.	12	4	4		4
	Тема2. 1. Предпринимательство в системе книжного дела.					
	Тема 2.2. Государственная политика в области предпринимательства.					
3	Раздел 3. Организационные формы деятельности издательств.	12	4	4		4
	Тема 3.1. Издательская фирма как объект предпринимательской деятельности.					
	Тема 3.2. Хозяйственно- правовые формы деятельности издательств.					
4	Раздел 4. Деловое взаимодействие в предпринимательской деятельности.	12	4	4		4
	Тема 4.1. Основы делового взаимодействия издателей					
	Тема 4.2. Стратегия и тактика делового взаимодействия					
5	Раздел 5. Факторы влияния на издательское предпринимательство	12	4	4		4
	Тема 5.1. Факторы производственного характера.					
	Тема 5.2. Факторы коммерческого характера.					
6	Раздел 6. Информационные инструменты издательского предпринимательства.	12	4	4		4
	Тема 6.1.Источники информации					
	Тема 6.2. Организация работы с источниками информации					

7	Раздел 7. Роль предпринимателя в управлении издательской фирмой	12	4	4		4
	Тема 7.1.Виды структуры управления					
	Тема 7.2.Структура управления в холдинге					
8	Раздел 8. Предпринимательство в печатных и электронных СМИ.	12	4	4		4
	Тема 8.1. Российская пресса в современных условиях.					
	Тема 8.2.Интернет-предпринимательство в СМИ.					
9	Раздел 9. Инновации в предпринимательской деятельности издателей.	12	4	4		4
	Тема 9.1.Интернет-предпринимательство в издательской сфере					
	Тема 9.2. Устойчивые инновации в электронном книгоиздании.					
Итого		**108**	**36**	**36**		**36**

3.3. Содержание дисциплины

Введение. Объект, предмет, методы изучения дисциплины. Состав и структура дисциплины, место в программе подготовки по направлению «Издательское дело». Виды занятий, формы контроля и сроки изучения.

Раздел 1. Понятие и содержание предпринимательства в издательской деятельности.

Тема 1.1. Научное понимание предпринимательства

Содержание ранних экономических теорий по проблемам предпринимательства. Этап наполнения новым содержанием понятия предпринимательства на рубеже XIX-XX вв.

Этап научного обоснования института предпринимательства в западной экономической и социальных науках. Итоги развития научных взглядов на формирование института предпринимательства.

Тема 1.2. Специфика предпринимательства в издательском деле.

Понимание предпринимательства как важного интеллектуального ресурса. Сущность, задачи и цели предпринимательской деятельности. Базовые признаки предпринимательства и основные черты предпринимателя.

Раздел 2. Основы издательско-производственного предпринимательства.

Тема 2.1. Предпринимательство в системе книжного дела.

Предпринимательство в системе книжного дела. Развитие рынка изданий –критерий предпринимательской деятельности. Ключевые блоки издательской бизнес-модели. Книга как объект предпринимательской деятельности. Роль издательств в процессе воспроизводства интеллектуального потенциала общества.

Тема 2.2. Государственная политика в области предпринимательства.

Роль государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в издательской сфере. Кредитование, льготное налогообложение. Государственные программы поддержки книги и чтения. Акции и мероприятия в детском секторе книгоиздания. Фестиваль «Красная площадь» как бизнес-площадка современных издателей. Программа поддержки коммерческих издательских проектов.

Раздел 3. Организационные формы деятельности издательств.

Тема 3. 1. Издательская фирма как объект предпринимательской деятельности.

Издательская фирма как объект предпринимательской деятельности: понятие и содержание. Цель деятельности издательской фирмы. Критерии классификации действующих издательств, их виды: Индивидуальное предпринимательство. Товарищество. Общество с ограниченной ответственностью (ООО). Акционерное общество (АО). Унитарное предприятие.

Тема 3.2. Хозяйственно- правовые формы деятельности издательства.
Нормативно-регулирующая основа предпринимательской деятельности издательств. Роль государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в издательской сфере. Устав и договор как основа деятельности издательства, его функции, хозяйственная ответственность. Права и обязанности членов издательского объединения разного уровня

Раздел 4. Деловое взаимодействие в предпринимательской деятельности.

Тема 4.1. Основы делового взаимодействия издателей.
Действующая инфраструктура издательской отрасли. Основы делового взаимодействия издателей. Принципы делового взаимодействия. Формы делового взаимодействия. Стадии делового взаимодействия. Этика деловых отношений.

Тема 4.2. Стратегия и тактика делового взаимодействия.

Стратегия и тактика делового взаимодействия. Многосторонние платформы взаимодействия с партнерами. Принципы делового взаимодействия. Формы делового взаимодействия. Ориентированность на клиентов. Роль руководителя издательства в регулировании конфликтных ситуаций.

Раздел 5. Факторы влияния на издательское предпринимательство.

Тема 5.1. Факторы производственного характера.
Интеллектуальные ресурсы. Трудовые ресурсы. Условия развития предпринимательства в издательстве. Издательский производственный цикл, включающий подготовительный этап формирования замысла и разработки концепции издания, редакционный этап создания издательского оригинала, заключительный этап и этап организации продаж издательской продукции. Издательское предложение. Профессиональные компетенции издателя.

Тема 5.2. Факторы коммерческого характера.
Факторы влияния внешней среды: авторский коллектив, поставщики ресурсов, законодательство, налоговая система, конкуренты, средства массовой информации. Факторы внутренней среды: экономические и профессиональные. Клиентская база. Аудиторные группы потребителей. Каналы продаж издательской продукции: OZON, Wildberries, интернет-магазины, FMGC. Роль соцсетей в деятельности издательства.

Раздел 6. Информационные инструменты издательского предпринимательства.

Тема 6.1. Источники информации.

Информация – необходимый ресурс издательского рынка. Источники информации: первичные и вторичные. Информационно-поисковые системы. Информационно-технологические решения. Работа с базами и банками данных как фактор информационной культуры издателя. Информационная система «Интегрум». БД Mediascop, Momri. Периодические издания.

Тема 6.2. Организация работы с источниками информации.
Библиографическая эвристика. Информационное досье издателя: выставки, ярмарки, отраслевые конференции; профессиональная пресса. Досье покупателей: тематика и частота покупок, ценовой диапазон, возраст покупателей, их гендерная принадлежность и др. Товарное досье: – инфраструктура региона, статистика книжного рынка общая и региональная, тенденции книжного рынка, социальный состав населения, культурные, образовательные, досуговые и иные запросы разных аудиторных групп. Работа Ассоциации интернет-издателей, Российской Ассоциации электронных коммуникаций, Союза предпринимателей печатной индустрии.

Раздел 7. Роль предпринимателя в управлении издательской фирмой.

Тема 7.1. Виды структуры управления.

Организационная структура управления.Линейная структура управления в издательстве. Функциональная структура управления в издательстве. Базисные основания управления в издательстве. Универсальное издательство. Специализированное издательство. Комплекс компетенций предпринимателя в управлении фирмой.

Тема 7.2. Структура управления в холдинге.

Структура управления в холдинге. Цели построения холдинга. Издательская группа «ЭКСМО», «Азбука-Аттикус» и др. Медиахолдинг,структура, функции, роль предпринимателя. Управление логистическими цепочками производственного цикла. Бизнес-планирование. Тематическое планирование. Проектные риски.

Раздел 8. Предпринимательство в печатных и электронных СМИ.

Тема 8.1. Российская пресса в современных условиях.

Характеристика рынка периодических изданий, динамика развития. Формирование концепции деловой периодики, Привлечение профессиональной прессы: «Экономическая газета», «Финансовая газета», баз данных «Гарант плюс», «Консультант плюс», информагентств: «Росбизнесконсалтинг», «Финмаркет», РИА «Новости», Интерфакс, «Россия.Регионы». Коллаборация с изданиями отраслевой периодики: «Книжная индустрия», «Про книги», «Журналист» и др. Организационно-технологические направления бизнес-моделирования средств массовой информации. Роль предпринимателя в организации издательского процесса в СМИ.

Тема 8.2. Интернет-предпринимательство в СМИ.

Характеристика рынка электронных периодических изданий, тенденции развития. Сетевые издания периодики. Динамика выпуска электронных изданий. Сравнительный анализ выпуска печатных и электронных изданий. Интернет и глобализация рынка издательской продукции. Вектор развития деловой бизнес-модели. Компетенции издателя в условиях медиа конвергенции. Подкасты, форумы, блоги, влоги как инструменты интернета в работе издателя.

Раздел 9. Инновации в предпринимательской деятельности издателей.

Тема 1. Интернет-предпринимательство в книгоиздательской сфере.

Итоги развития издательств за последние 3-5 лет, характеристика основных трендов. Достижения в издательской отрасли. Креативные идеи и их внедрение. Иммерсивные технологии как перспективное направление развития. Факторы сдерживания и пути их преодоления. Дискуссионные вопросы развития малого предпринимательства в издательской деятельности.

Тема 2. Устойчивые инновации в электронном книгоиздании.

Законодательно-нормативные документы в области книгоиздания и их роль в организации предпринимательской деятельности издателей. Концепция создания аудио и видео контента. Аналоговые и сетевые издания. Интерпретация в электронном формате базовых традиционных элементов редакторской подготовки изданий. Технология и технологические инновации в издательской сфере. Компетенции предпринимателя в интернет-моделировании издательских бизнес-процессов. Он-лайн технологии взаимодействия с потребительскими сегментами издательского рынка. Перспективы ИИ в издательско-книготорговом предпринимательстве.

Тематика семинарских / практических и лабораторных занятий

3.4.1 Семинарские / **практические занятия**

Практическое занятие 1. Понятие и содержание предпринимательства в издательской деятельности.

Практическое занятие 2. Основы издательско-производственного предпринимательства.

Практическое занятие 3. Организационные формы деятельности издательств.

Практическое занятие 4. Деловое взаимодействие в предпринимательской деятельности.

Практическое занятие 5. Факторы влияния на издательское предпринимательство.

Практическое занятие 6. Информационные инструменты издательского предпринимательства.

Практическое занятие 7. Роль предпринимателя в управлении издательской фирмой.

Практическое занятие 8. Предпринимательство в печатных и электронных СМИ.

Практическое занятие 9. Инновации в предпринимательской деятельности издателей.

Тема 1. Исторические предпосылки формирования предпринимательства

В изучении данной темы студент должен исходить из необходимости знаний о происхождении термина "предпринимательство" и его дальнейшей эволюции. Не менее важно усвоить принципы его научного обоснования в экономической науке. Затем студент изучает систему книжного дела во всем многообразии внутренних взаимосвязей ее отдельных внутриотраслевых элементов, а также рассматривает влияние внешних факторов воздействия на систему. При этом обязательно учитываются условия функционирования книжного дела на современном этапе. Далее студенту предстоит осознать книгу как объект предпринимательской активности, а предпринимательство как экономический ресурс интеллектуального характера. Необходимо учитывать при изучении данных вопросов соотношение понятий книжного бизнеса и предпринимательства в разные исторические периоды развития книжного дела. На основе полученных знаний студент должен придти к пониманию статуса предпринимателя как хозяйствующего субъекта на книжном рынке.

Тема 2. Сущность и виды предпринимательства в книгоиздании

В данной теме особое внимание уделяется вопросу сущности предпринимательской деятельности и ее составляющих. Рассмотрение темы должно проходить в тесной взаимосвязи с экономическими, политическими, социальными факторами развития общества и производства книги. Следует акцентировать внимание на то, что книгоиздательская деятельность по сути инновационна , что реализуется в каждом издательском проекте. Не менее важная роль в предпринимательской деятельности в книгоиздании отводится предпринимательской идее. Далее необходимо подчеркнуть специфику развития информационно-библиографического консалтинга посредством библиотек на современном книжном рынке. Отдельным аспектом изучения темы является вопрос о видах и формах предпринимательской деятельности. Студент должен знать своеобразные виды и формы как в книгоиздании, так и в книжной торговле. При этом необходимо учитывать современный практический опыт не только России, но и зарубежных стран. Отметить перспективы развития современных видов и форм издательской и книготорговой деятельности.

Тема 3. Экономические основы предпринимательской деятельности

Под современным состоянием книжного рынка подразумеваются его тематико-видовые сегменты, номенклатура изданий, в изучении которых студенту поможет статистика печати.

Далее студент приступает к изучению форм собственности как главного фактора развития издательско-книготорговой фирмы. Для полного представления по данному вопросу необходимо знать, что такое фирма, каковы ресурсы ее развития., культурно-просветительская миссия издательской фирмы, задачи и способы ее реализации.

Далее следует перейти к рассмотрению вопроса о книге как интеллектуальном ресурсе общества и как отражении уровня развития цивилизации в целом и отдельных наций в частности. Отметить специфику интеллектуального ресурса в книгоиздании.

Важным в изучении данной темы является раздел, освещающий вопросы жизненного цикла книги и книжного издания. В тесной связи с вышеизложенным находятся законы спроса и предложения,

Далее следует ознакомиться с такими экономическими проблемами как капитал фирмы, основной и оборотный капитал, источники пополнения капитала. Акционирование капитала. Издержки и уровень прибыли, факторы, влияющие на величину прибыли.

Тема 4. Правовые основы предпринимательства

Необходимым условием успешной предпринимательской деятельности является знание правовых основ. Поэтому в изучении дисциплины выделены вопросы организационно-юридических форм предпринимательских структур. Студент должен усвоить знание не только вопросов индивидуального и коллективного предпринимательства, но и специфику каждого из них. Партнерство, его разновидности. Унитарные предприятия. При изучении вопросов малого и среднего предпринимательства студент должен учитывать реалии сегодняшнего этапа развития редпринимательства в России и опираться на практику создания предпринимательских структур.

Далее следует рассмотреть роль издательских и книготорговых структур в формировании культуры чтения в обществе. Роль читателя в процессе предпринимательской деятельности.

При изучении данной темы необходимо овладеть знаниями пакета документов правового регулирования предпринимательства, прежде всего такой формы правовой и имущественной гарантии партнерства как договор. Изучить виды договоров, формы договорных отношений в книгоиздании, их содержание. Особо следует остановиться на авторском договора и его разновидностях. Не менее важны вопросы об издательском договоре, договоре поставки и др. Трудовой контракт.

Тема 5. Организация управления фирмой

Ознакомление с темой следует начинать со структуры книжных предприятий России на современном этапе. Далее необходимо ознакомиться с объектами управления в издательстве и книготорговом предприятии. Непременным атрибутом данной темы является знание новых технологий управления фирмой и типовой организационно-управленческой структуры издательства. Конкретизацией данного вопроса является структура управления оптовой книготорговой фирмы и уровни управления фирмой. Корпоративное управление акционерными компаниями. обществами с ограниченной ответственностью. Функциональная компетенция управленческих кадров. Управление качеством.

На основе полученных знаний студент знакомится с маркетинговой стратегией в сфере интеллектуальной деятельности.

Далее студент изучает проблемы конкуренции и государственного регулирования, риски издателей, управление рисками, страхование хозяйственных рисков.

Важным аспектом современной деятельности издательств является процесс слияния и поглощения, а также процедура банкротства фирмы. Этими вопросами завершается изучение темы.

Тема 6. Планирование предпринимательской деятельностью в книгоиздании

Следует различать стратегическое и оперативное планирование, понимать их сущность и задачи. Студент должен овладеть навыками анализа и прогноза внутренних и внешних факторов. Также необходимо научиться делать выбор и обоснование издательской стратегии, составлять перспективный план развития. Тематический план выпуска изданий – основа оперативного планирования. Поэтому данному вопросу в теме уделяется особое внимание. Не менее актуально знание производственного планирования и роли финансового плана в деятельности издательства.

Актуальным разделом темы является бизнес-план. Студент изучает его цели, задачи, структуру. Роль SWOT-анализа в бизнес-планировании и оценка перспектив экономической эффективности и конкурентоспособности.

Объекты инноваций в стратегическом планировании: новые сегменты книжного рынка, новые виды услуг, источники финансирования. Ценообразование на печатную продукцию и пути снижения издержек.

Тема 7. Этапы организации фирмы

При изучении темы рассматриваются варианты создания фирмы: инжиниринг и реинжиниринг. Принципы выбора организационно-правовой формы. Обоснование объема стартового капитала и определение источников финансирования. Оценка рынков сбыта. Оценка конкурентной среды. План маркетинга. Организационный план. Информационная поддержка и источники информации о состоянии книжного рынка. Роль отраслевой печати.

Необходимым атрибутом знаний являются учредительные документы и порядок регистрации фирмы. Постановка на учет в налоговых органах. Формирование имиджа предприятия и способы его поддержания.

Тема 8. Принципы развития фирмы

В рамках темы изучаются объекты разработки предпринимательской идеи, куда входят авторские произведения, серии, элементы оформления и др. При этом учитывается роль читательского адреса и целевого назначения изданий в формировании издательской программы и тематическом планировании. Отдельного рассмотрения заслуживают способы стабилизации положения на рынке. Влияние инновационных технологий. Роль рекламы в продвижении изданий и услуг. Кадровая политика, работа с персоналом, обучение и профессиональные тренинги.

Тема 9. Деловое взаимодействие в предпринимательстве

Изучение темы базируется на таких понятиях как этика, мораль, этикет в деловом взаимодействии. Бизнес и этика: соотношение понятий. Предполагается привлечение разработок смежных дисциплин, таких как психология, деловое взаимодействие, конфликтология. Студент познает основные психологические типы и их характеристики, вопросы мотивации деятельности. Типы взаимодействия в деловом партнерстве Формальные и неформальные коммуникации. Нормы взаимоотношений в коллективе, группе, личностном общении. Функции и цели общения. Уровни общения. Фазы делового общения психологические барьеры в деловом общении. Корпоративная культура общения. Способы личного влияния в коллективе. Психологическая служба, ее задачи и функции.

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

3.4.3. Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4 Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. Закон о средствах массовой информации [Электронный ресурс]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/?ysclid=lidj12w3sj789887119
2. Постановление Совмина РСФСР от 17.04.1991 N 211 (ред. от 08.06.1993) "О регулировании издательской деятельности в РСФСР". [Электронный ресурс]. – URL:

https://legalacts.ru/doc/postanovlenie-sovmina-rsfsr-ot-17041991-n-211/?ysclid=lidip731zq275725016
3. Федеральный закон "О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации". [Электронный ресурс]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8480/?ysclid=lidiu201l9725621681

Основная литература

1. Кузнецов Б.А. Основы книгоиздания: учебное пособие. – М.: «Русское слово – учебник», 2022. 536 с.
2. Куприянова Т. Г. История предпринимательства в книжном деле: Учебное пособие/ Т. Г. Куприянова. – Москва: Юрайт, 2021. 295 с.
2. Дополнительная литература
1. Симаков С. П. Я б в издатели пошел… Предпринимательство & издательское дело: Учебное пособие /С. П. Симаков; под ред. А. Ю. Казаковой. – Екатеринбург: Издательство Баско, 2014. 416 с.
2. Есенькин Б. С. Предпринимательство в книжном деле: учебное пособие / Есенькин Б. С., Коган А. Ф. – М. : МГУП, 2004. 284 с.

3. Журнал Книжная индустрия [Электронный ресурс]. – URL: https://www.bookind.ru/?ysclid=liblevidf3482835722

4. Mediascop [Электронный ресурс]. – URL: https://mediascope.net

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

4.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Российская государственная библиотека. http://www.rsl.ru/
2. Государственная публичная историческая библиотека России. http://www.shpl.ru/
3. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru/
4. http://expositions.nlr.ru/fond/paper/paper_moscow.php

5 Материально-техническое обеспечение

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

Основными задачами является помощь обучающимся в систематизации, закреплении и углублении знания теоретического материала, показать связь теории с практикой и применять теорию к решению практических задач. Также надо помочь овладеть методикой работы с научными и учебными материалами и наиболее типичными практическими материалами.

Лекционный курс строится на тесной взаимосвязи научных представлений с современной издательской практикой. Темы практических занятий построены в соответствии с лекционным материалом, они расширяют и закрепляют знания студентов. Для практических занятий прорабатывается предлагаемая по курсу литература, анализируется практика конкретных издательств. На практических занятиях готовятся индивидуальные задания по основным темам курса. проводится анализ публикаций, ведутся дискуссии по проблемным вопросам издательского дела.

Поощряется также подготовка студентами электронных презентаций, которые сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих семинаров.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра путем регулярной проверки присутствия студента на лекционных и практических занятиях, оценки качества и активности работы на практических занятиях в ходе опроса и тестирования по материалам лекции. Сведения о текущей работе студентов по дисциплине "Основы предпринимательства в издательском деле" фиксируются и являются открытыми. Они служат базовым основанием для формирования семестрового рейтинга по дисциплине.

Промежуточная аттестация по дисциплине проходит в форме экзамена. Примерный перечень вопросов по дисциплине приведен в соответствующем подпункте п.3 настоящей рабочей программы.

Главная цель – углубить, систематизировать и закрепить полученные знания. Необходимо привить обучающимся навыки обобщения и изложения учебного материала, формулировать и излагать собственные суждения, вести дискуссию.

Цель практических занятий – углубить, систематизировать и закрепить теоретические знания, полученные студентами на лекциях и в процессе самостоятельной работы над учебным материалом, а также с дополнительной литературой. Кроме того, студент должен научиться обобщать материалы, излагать их в письменной и устной формах, анализировать и делать выводы.

Рассмотреть книгу как интеллектуальный ресурс, а книжное дело как систему его реализации. Обосновать общественную пользу деятельности предпринимателя в книгоиздании.

Основные задачи практического занятия:

- сформировать системное представление об институте предпринимательства в книжном деле;

получить знания об истории развития предпринимательства в книгоиздании;

- получить знания о современной издательской системе;
- привить навыки моделирования бизнес-процессов в книгоиздании;
- освоить основной массив законодательных актов, имеющих существенное значение для деятельности предпринимателя в книжном бизнесе;
- ознакомить с комплексом учредительных документов;
- развивать и совершенствовать умение вести расчеты с использованием вычислительной техники;
- овладеть методикой работы с научным материалом;
- помочь студентам в развитии навыков самостоятельной работы;
- научить студентов работать с книгой, служебной документацией и схемами, пользоваться справочной литературой.

Обосновать специфику предпринимательской деятельности в книгоиздании. Показать развитие теоретических взглядов на предпринимательство в трудах экономистов. При изучении темы необходимо рассмотреть взгляды классиков экономической мысли – Й.Шумпетера, Хайека и др. о предпринимательстве и критику вульгарных трактовок предпринимательства. Учесть особенности социальной среды для характеристики базовых признаков предпринимательства., таких как экономическая свобода, риск, инновация.

Перейти к изучению предпосылок, условий, закономерностей возникновения предпринимательских отношений в книжном бизнесе России. Рассмотреть этапы развития книгоиздательского предпринимательства.

Изучить деятельность выдающихся отечественных предпринимателей прошлого. Провести разграничение между бизнесменом и предпринимателем. Выделить основные этапы развития книжного предпринимательства в России. Рассмотреть виды и формы книжного предпринимательства. Определить цели и главные составляющие предпринимательской деятельности. Показать значение предпринимательской идеи для успешного развития фирмы. Определить роль государства в развитии предпринимательства в книгоиздании.
Дать определение издательской фирмы, ее видов, функций. Определить понятие коммерческого предпринимательства. Ключевые ресурсы издательства. Основные и оборотные фонды. Закон спроса и предложения на печатные издания. Ресурсная модель предпринимательства в издательской деятельности.
Индивидуальное предпринимательство. Общество с ограниченной ответственностью. Типичные характеристики акционерного общества. Основные виды договоров в издательской практике.
Основы делового взаимодействия издателей. Стратегия и тактика делового взаимодействия. Функциональные компоненты процесса управления фирмой. Корпоративное управление фирмой. Конкурентоспособность издательства. Планирование: долгосрочное, среднесрочное, оперативное. Сущность бизнес-плана, его значение для издательства. План выпуска литературы, содержание и значение. Позиционирование книжных изданий и сегментирование книжного рынка. Основные типы издательств современной России. Инжиниринг и реинжиниринг фирмы.

6.2 Методические указания (для обучающихся)

В ходе подготовки к практическим занятиям студент должен проработать материал лекций, изучить основные и дополнительные материалы, усвоить глоссарий по теме, подготовиться к устному опросу и тестированию. Регулярное повторение материала конспектов лекций по каждому разделу в рамках подготовки к промежуточным и итоговым формам аттестации по дисциплине является одним из важнейших видов самостоятельной работы студента в течение семестра, необходимой для качественной подготовки к промежуточной и итоговой аттестации по дисциплине.

На практических занятиях обучающиеся должны продемонстрировать способность анализировать полученную информацию.

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным. Пропуск практических занятий без уважительных причин и согласования с руководством Института издательского дела и журналистики в объеме более 50% от общего количества предусмотренных учебным планом на семестр занятий даже при условии отличной работы на оставшихся занятиях влечет за собой невозможность аттестации по дисциплине по итогам семестра, так как студент не набирает минимально допустимого для получения итоговой аттестации по дисциплине количества баллов за посещение и работу на практических занятиях.

Изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине проводится на регулярной основе в разрезе каждого раздела в соответствии с приведенными в настоящей рабочей программы рекомендациями для подготовки к промежуточной и итоговой аттестации по дисциплине. Список основной и дополнительной литературы приведен в п.4 настоящей рабочей программы.

7 Фонд оценочных средств (Оценка результатов обучения)

7.1. Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: подготовка, представление и обсуждение индивидуальных заданий и тестов на практических занятиях.

Форма промежуточной аттестации - экзамен в форме собеседования.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают тематику сообщений для подготовки к семинарским занятиям, тесты, 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».

7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения

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

Оценка **«зачтено»** выставляется, если обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: запросов и потребностей общества и аудитории медиа-продуктов, базовых принципов функционирования экономического развития предпринимательства в издательском деле, участия в его развитии государственных институтов. Демонстрирует полное соответствие знаний закономерностей функционирования микроэкономики и факторы, обеспечивающие рациональное использование ресурсов и достижение эффективных результатов деятельности. Свободно оперирует теоретическим и практическим материалом.

Оценка «**незачтено**» выставляется, если обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недо незачтено».статочный уровень знаний запросов и потребностей общества и аудитории медиа-продуктов, знаний базовых принципов функционирования экономического развития предпринимательства в издательском деле, участия в его развитии государственных институтов. Слабо владеет терминологией, не знает требований стандартов, проявляет недостаточность знаний нормативных документов, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании практическим материалом при переносе на конкретный издательский проект полученных теоретических знаний.

7.3. Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Примерная тематика сообщений

1.Предпринимательская идея и стадии ее реализации в деятельности издателя
2. Источники информации о книжном рынке
3. Концепция издательской программы –основа предпринимательства в издательском предпринимательстве.
4. Теоретическое обоснование понятий “книжное дело” и “предпринимательство”
5. Эволюция понятия “предпринимательство” в экономической науке
6. Основные факторы и условия предпринимательской деятельности издателя

7. Виды и функции предпринимательской деятельности в книжном бизнесе
9. Понятие фирмы, цель и задачи деятельности
10. Ресурсы издательства, их разновидности и значение в книжном предпринимательстве
11. Ресурсы книготорговой фирмы, их разновидности и значение в книжном предпринимательстве
12. Характеристика договорного, редакционного и производственного портфеля
13. Корпоративное управление предпринимательской деятельности фирмы
14. Влияние форм собственности на организацию предпринимательской деятельности
16. Индивидуальное предпринимательство в книжном бизнесе
18. Открытое акционерное общество как правовая форма предпринимательской деятельности
20. Унитарные предприятия в книжном бизнесе
21.Коллективное предпринимательство в книжном бизнесе
22. Полное товарищество как правовая форма предпринимательской деятельности
23.Преимущества и недостатки товарищества на вере
24. Общество с ограниченной ответственностью и условия предпринимательской деятельности
25. Устав и общее собрание, их разновидности в книжном бизнесе
26. Малое и среднее предпринимательство в книжном бизнесе
28. Авторский и издательский договор
29. Договор купли-продажи и договор товарного кредита
30. Капитал и его виды в книжном бизнесе
31. Договор подряда и договор поставки в книжном бизнесе
32. Стратегическое планирование предпринимательской деятельности
33. Тематический план выпуска изданий как основа оперативного планирования деятельности издательства
34. Финансовый, производственный план, план товарооборота в книжном предприятии
35. Бизнес-план, цели, структура
36. Роль SWOT-анализа в бизнес-планировании деятельности издательства
37. Принципы морали и этики предпринимательской деятельности
38. Сущность и содержание делового взаимодействия