

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 27.09.2022 16:51:03
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

**ОСНОВЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Направление подготовки

42.03.03 - ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)

КНИГОИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО

Для студентов

**4 КУРСА ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ
4 КУРСА ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

Составитель:

К. филол. н., доц. Волкова Н.В.

Тверь, 2022

I. АННОТАЦИЯ

1. Цель и задачи дисциплины

Ее цель: знакомство с видами предприятий, занимающихся распространением печатной продукции, освоение обучающимся принципов работы издательства с этими предприятиями, углубление знаний о каналах распространения информации.

Задачами освоения дисциплины являются: теоретическое освоение и осмысление законодательства РФ в области книжной торговли; привитие навыков создания издательских баз данных; навыков проведения маркетинговых исследований рынка книгораспространения; навыков моделирования торговых сетей и оценки их эффективности; формирование профессиональных компетенций в соответствии с целями и задачами ООП ВО.

2. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана (Часть, формируемая участниками образовательных отношений), базируется на курсах «Маркетинг в издательском деле», «Менеджмент в издательском деле»; поддерживает курс «Экономика издательского дела».

3. Объем дисциплины: 2 зачётные единицы, 72 академических часа, в том числе контактная аудиторная работа **20 часов:** лекции 10 часов, практические занятия 10 часов, самостоятельная работа: 52 часа.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3. Способен участвовать в продвижении медиапродукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-3.1. Участвует в разработке маркетинговой стратегии издательств и (или) предприятий распространения издательской продукции

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения: зачет, 8 семестр.

6. Язык преподавания русский.

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

		Контактная работа (час.)	
--	--	--------------------------	--

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)			Самостоятельная работа, в том числе Контроль (час.)
		Лекции	Практические занятия	Контроль самостоятельной работы (в том числе курсовая)	
Экономика книжной торговли: книжный рынок, его основные характеристики	7	1	1	0	5
Современные стратегии книгораспространения	8	1	1	0	6
Информационное сопровождения книгораспространения	7	1	1	0	5
Кадры в системе книгораспространения	7	1	1	0	5
Товароведение книжных товаров. Управление ассортиментом	8	1	1	0	6
Книжная торговля как основной метод книгораспространения	7	1	1	0	5
Предприятие книжной торговли — основной хозяйствующий субъект сферы обращения книжной продукции	7	1	1	0	5
Мерчендайзинг торгового зала	7	1	1	0	5
Внемагазинная торговля: экономика электронной книжной торговли	7	1	1	0	5
Книгораспространение: зарубежный опыт	7	1	1	0	5
ИТОГО	72	10	10	0	52

Для студентов заочной формы обучения

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)			Самостоятельная работа, в том числе Контроль (час.)
		Лекции	Практические занятия	Контроль самостоятельной работы (в том числе курсовая)	
Экономика книжной торговли: книжный рынок, его основные характеристики	7	1		0	6
Современные стратегии книгораспространения	8	1		0	7
Информационное сопровождения книгораспространения	7		1	1	5
Кадры в системе книгораспространения	7		1	0	6

Товароведение книжных товаров. Управление ассортиментом	8			0	8
Книжная торговля как основной метод книгораспространения	7			1	6
Предприятие книжной торговли — ос- новной хозяйствующий субъект сферы обращения книжной продукции	7			0	7
Мерчендайзинг торгового зала	7			1	6
Внемагазинная торговля: экономика электронной книжной торговли	7			0	7
Книгораспространение: зарубежный опыт	7			1	6
ИТОГО	72	2	2	4	64

III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебная программа – наименование разделов и тем	Вид занятия	Образовательные техно- логии
Экономика книжной торговли: книж- ный рынок, его основные характери- стики	лекция традиционная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	
Современные стратегии книгораспро- странения	лекция традиционная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	
Информационное сопровождения книгораспространения	лекция традиционная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	
Кадры в системе книгораспростране- ния	лекция проблемная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	
Товароведение книжных товаров. Управление ассортиментом	лекция проблемная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	
Книжная торговля как основной ме- тод книгораспространения	лекция проблемная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	
Предприятие книжной торговли — ос- новной хозяйствующий субъект сферы обращения книжной продук- ции	лекция проблемная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	
Мерчендайзинг торгового зала	лекция проблемная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	
Внемагазинная торговля: экономика электронной книжной торговли	лекция проблемная	технологии развития критического мышления

	практическое занятие	
Книгораспространение: зарубежный опыт	лекция проблемная	технологии развития критического мышления
	практическое занятие	

IV. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Текущая аттестация

Программа практических занятий

Тема 1. Экономика книжной торговли: книжный рынок, его основные характеристики

1. Перечислите типы отраслевых рынков, к какому из них относится книжный рынок?
2. В чем состоит специфика книжного рынка? В чем состоит ключевая роль издательств в книжном бизнесе?
3. Какие барьеры входа на книжный рынок вы знаете?
4. Назовите основные товарные сегменты книжного рынка, охарактеризуйте их.
5. Как сегментируется книжный товар по коммерческим характеристикам?
6. Охарактеризуйте товарные свойства бестселлеров и товарные свойства серийной книжной продукции.
7. Какие маркетинговые стратегии продвижения издательской продукции вы знаете?
8. Какие свойства книжного рынка характеризуют кривые Энгеля-Торнквиста?
9. Охарактеризуйте свойства эластичности спроса для книжной продукции.
10. Какие категории книжных товаров слабоэластичны и какие сильноэластичны? Почему?
11. Назовите основные факторы предложения книжного товара.
12. Как проявляется сезонность спроса на книжном рынке?
13. Как можно определить границы книжного рынка?
14. Как выглядит иерархия потребностей для книжной продукции?
15. В чем заключается сущность принципа серийности для реализации издательской продукции?

Рекомендуемая литература

1. Есенькин Б. С., Майсурадзе Ю.Ф. Книжный рынок России. 1990–2000: Динамика. Экономика. Организация — М. : Московский полиграфический институт, 2001. — (Книжный бизнес. Отечественный опыт).
2. Есенькин Б.С., Коган А.Ф. Предпринимательство в книжном деле : учеб. пособие — М. : МГУП, 2004. — 284 с.
3. Книгоиздание в России. Состояние, тенденции, перспективы : доклад / под общ. ред. В.В. Григорьева. — М. : Федеральное агентств-во по печати и массовым коммуникациям, 2009.
4. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям : доклад / под общей редакцией В.В. Григорьева — М. : 2010 г. — 120 с.
5. Коган А.Ф. Экономика книжной торговли : учеб. пособие / А.Ф. Коган; Моск. гос. ун-т печати им. Ивана Федорова. — М. : МГУП им. Ивана Федорова, 2011. — 412 с.
6. Коган А.Ф., Сократова Т.С. Книжный бизнес России: состояние и перспективы : монография — М. : МГУП, 2010.
7. Ленский Б.В. Российское книгоиздание в начале нового века: состояние и перспективы развития // Вестник Московского государственного университета печати. — М. : МГУП, 2008.
8. Мак-Люэн М. Галактика Гутенберга. Сотворение человека печатной культуры : пер. с

- англ. — К.: Ника-Центр, 2003 — 356 с.
9. Печать в Российской Федерации. Статистические сборники. Издание Российской книжной палаты.
 10. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков : учебник. — М. : ИНФРА-М, 2008. — 442 с. — (Учебники экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова).
 11. Энциклопедия книжного дела / Ю.Ф. Майсурадзе, А.Э. Миль-чин, Н.П. Маковеев и др. — Изд. 2-е перераб. и доп. — М. : Юристь, 2004 . — (Книжное дело).

Тема 2. Сбыт в системе книгораспространения

1. Сущность товародвижения.
2. Основные методы и системы сбыта:
 - 1) методы сбыта (прямой, косвенный, комбинированный)
 - 2) системы сбыта (простые и сложные)
 - 3) организация сбытовой сети. Понятие длины и ширины канала. Традиционная, вертикальная, горизонтальная, многоканальная системы сбыта.
3. Факторы формирования сбытовой сети:
 - 1) функции каналов товародвижения
 - 2) типы и функции рыночных посредников (оптовые и розничные торговцы, брокеры, коммиссионеры, оптовые агенты, консигнаторы, торговые агенты/представители, дилеры)
 - 3) выбор торгового посредника
 - 4) формирование сбытовой системы
 - 5) оптовая торговля
 - 6) розничная торговля
4. Система распространения книг:
 1. Важность создания системы распространения книг, типовые решения распространения книг на рынке.
 2. Методы распространения книг.
 3. Выбор партнера при реализации книжного товара:
 - 1) Конструирование системы дилеров
 - 2) Система оценки затрат и доходов
 - 3) Продажа книг по телефону – актуально ли?
 - 4) Обучение менеджера по продажам книжной продукции
 - 5) Многоуровневый маркетинг
 5. Торговые партнеры издательства и формы торговли книжной продукцией: тенденции развития партнерства в российском книжном бизнесе

Рекомендуемая литература

1. Кузьмина Е.Е. Теория и практика маркетинга: Учебник. – М.: КНОРУС, 2005. – С. 132-149.
2. Маркетинг: Учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, В.Ю. Гречков. – М.: Экономистъ, 2003. – С. 165-176.
3. Энциклопедия книжного дела / Ю.Ф. Майсурадзе, А.Э. Мильчин, Н.П. Маковеев и др. – М.: Юристь, 2004. – С. 461-483.
4. Эриашвили Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент и маркетинг: Учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – С. 217-259.
5. Отраслевые доклады «Книжный рынок России».
6. Перлов В.И. Маркетинг на предприятии отрасли печати: Учебное пособие для вузов М.: Издательство МГУП, 2000. 284 с.

Тема 3. Современные стратегии книгораспространения (по Волковой, п.2)

1. Дайте характеристику современному состоянию рынка книгораспространения.
2. Каким был рынок в доперестроечное время? Подтвердите свои выводы фактами.

3. Проясните, в чем суть централизованности и монополистичности рынка?
4. Роль бюджетных закупок в структуре книгораспространения.
5. Охарактеризуйте независимую книжную розницу (книжный ритейл).
6. Охарактеризуйте работу федеральных книготорговых сетей.
7. Динамика продаж в интернет-канале за последние 3 года.
8. Перечислите и охарактеризуйте основные интернет-площадки торговли издательской продукцией.
9. Преимущества и недостатки интернет-торговли.
10. Динамика развития не книжного ритейла. Перечислите и охарактеризуйте основных игроков на рынке.
11. Киосковые сети.

Рекомендуемая литература:

1. Веденеев Д.С. Книжный маркетинг // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – № 5. – С. 65–76; То же [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/marketing/1998-5/06.shtml>. Дата обращения: 04.11.2014.
2. Волкова Н.В. Книжный маркетинг: современные стратегии книгораспространения. // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. – Новосибирск: ЦНРС, 2014. № 2. - С. 23-26. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/download/19324319.pdf>
3. Книгоиздание в России: в приоритете повышение качества и государственная поддержка // Университетская книга: информационно-аналитический журнал. – Сентябрь, 2014. – С. 54-60.
4. Книжный рынок 2013–2014: статистика, тренды, прогноз. – М.: Книжная индустрия, Российский книжный союз. – 111 с.
5. Книжный рынок России 2013: Первые итоги и прогнозы // Книжная индустрия. – Режим доступа: <http://www.bookind.ru/categories/market/1633/>. Дата обращения: 04.11.2014.
6. Книжный рынок России: состояние, тенденции и перспективы развития, 2014. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2014. – 92 с.

Тема 4. Информационное сопровождение книгораспространения

1. Назовите основные характеристики информационных потоков.
2. Охарактеризуйте виды информационных потоков по направлению движения.
3. Какие этапы движения информационных потоков вы знаете?
4. Дайте определение логистической информационной системы книготоргового предприятия.
5. Какую роль играют информационные потоки в системе управления?
6. Охарактеризуйте особенности информационного обеспечения разных уровней управления.
7. Какие принципы должны быть реализованы в логистической информационной системе?
8. Из каких основных подсистем состоит логистическая информационная система?
9. Назовите основные компоненты единого информационного пространства в книжном деле. Какие из них получают из внешних источников, а какие издательство (или книготорговое предприятие) генерирует самостоятельно?
10. В чем значение системы перспективной информации в книготорговле?
11. Какое значение имеют создание и внедрение единого электронного формата обмена данными в книжном деле?
12. Что означает принцип открытости информационных систем и как он может использоваться в книжном деле?
13. Как организуются входные, внутренние и выходные информационные потоки в логистической системе книжного магазина?

Рекомендуемая литература

1. Есенкин Б., Крылова М. Логистика в книжном деле. – М.: МГУП, 2002. — 336 с.

2. Коган А.Ф. Экономика книжной торговли : учеб. пособие / А.Ф. Коган; Моск. гос. ун-т печати им. Ивана Федорова. — М. : МГУП им. Ивана Федорова, 2011. — 412 с.
3. Коган А.Ф., Сократова Т.С. Книжный бизнес России: состояние и перспективы : монография — М. : МГУП, 2010.
4. Отраслевые доклады «Книжный рынок России».
5. Перлов В.И. Маркетинг на предприятии отрасли печати: Учебное пособие для вузов М.: Издательство МГУП, 2000. 284 с.
6. Перлов В.И. Маркетинг на предприятии отрасли печати: Учебное пособие для вузов М.: Издательство МГУП, 2000. 284 с.
7. Энциклопедия книжного дела / Ю.Ф. Майсурадзе, А.Э. Мильчин, Н.П. Маковеев и др. — М.: Юристъ, 2004. — С. 461-483.
8. Эриашвили Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент и маркетинг: Учеб. пособие. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — С. 217-259.

Тема 5. Кадровая политика в системе книгораспространения

1. Какова роль кадров в системе книгораспространения и книготорговли?
2. Дайте определение кадровой политики и сформулируйте цель кадровой логистики на книготорговом предприятии.
3. Какова структура кадровой логистики?
4. Какие требования предъявляются к кадровой логистической системе предприятия книгораспространения и книготорговли?
5. Какие существуют виды движения кадров на предприятии?
6. Какие основные проблемы существуют в кадровой логистике предприятий книгораспространения и книготорговли?
7. Назовите внешние и внутренние источники притока персонала на предприятие книгораспространения и книготорговли. Каковы их достоинства и недостатки ?
8. Из каких этапов состоит процесс поступления кадрового потока на книготорговое предприятие?
9. Что понимается под адаптацией нового работника?
10. Что вы понимаете под кадровым сервисом?
11. Раскройте важность обучения персонала для деятельности предприятия книжной торговли.
12. Какие основные причины высвобождения работников на предприятии вы знаете?
13. В каких случаях выходной кадровый поток можно оценить как благоприятный для предприятия?
14. Какие пути решения проблемы сокращения персонала вы знаете?

Рекомендуемая литература

1. Андреева О.Н. Профессия продавец. - М.: Владос-Пресс, 2010. 232 с.
2. Есенькин Б., Крылова М. Логистика в книжном деле. — М.: МГУП, 2002. — 336 с.
3. Коган А.Ф. Экономика книжной торговли : учеб. пособие / А.Ф. Коган; Моск. гос. ун-т печати им. Ивана Федорова. — М. : МГУП им. Ивана Федорова, 2011. — 412 с.
4. Коган А.Ф., Сократова Т.С. Книжный бизнес России: состояние и перспективы : монография — М. : МГУП, 2010.
5. Норка Д., Нейман А., Харский К., Полинка И., Мирошниченко С., Пустынникова Ю., Бураков А. Управление персоналом магазина. Альманах. - Издательский дом «Имидж-Медиа», 2004-2007. - 146 стр., илл.
6. Отраслевые доклады «Книжный рынок России».
7. Перлов В.И. Маркетинг на предприятии отрасли печати: Учебное пособие для вузов М.: Издательство МГУП, 2000. 284 с.
8. Энциклопедия книжного дела / Ю.Ф. Майсурадзе, А.Э. Мильчин, Н.П. Маковеев и др. — М.: Юристъ, 2004. — С. 461-483.

9. Эриашвили Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент и маркетинг: Учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – С. 217-259.

Тема 6. Товароведение книжных товаров

1. Товароведение: предмет, определение.
2. Потребительские свойства и потребительная стоимость товара.
3. Проанализируйте основные тенденции современного рынка книжной продукции.
4. Перечислите признаки классификации печатных изданий.
5. Дайте характеристику современного ассортимента книжной продукции по следующим классификационным признакам:
 - по материальной конструкции;
 - в зависимости от целевого назначения и характера информации;
 - по роду содержания (по отрасли знания) книги;
 - по знаковой природе информации;
 - по объему;
 - по формату;
 - по периодичности;
 - по структуре;
 - по составу публикуемых произведений;
 - по новизне издания;
 - по языку;
 - по художественному оформлению и полиграфическому исполнению;
 - по читательскому адресу.
6. Какие показатели характеризуют социальные свойства книги?
7. Перечислите и дайте характеристику функциональным свойствам книг
8. Чем определяется удобство пользования книгой?
9. Какие показатели определяют эстетические свойства книги?
10. В чем специфика показателей надежности книги?

Рекомендуемая литература:

1. Любой учебник по товароведению непродовольственных товаров.
2. Товароведение книжных товаров: учебное пособие. – Чита: б.м., 2011. – 149 с.
3. Основные стандарты по издательскому делу : [сборник] / сост. А.А. Джиго, С.Ю. Калинин. - Москва : Университетская книга, 2009 . - 326 с.
4. Энциклопедия книжного дела / [Ю. Ф. Майсурадзе и др.]. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юристъ, 2004. - 634 с.

Тема 7. Управление книжным ассортиментом

1. Перечислите задачи формирования ассортиментной концепции.
2. Дайте определение товарному ассортименту. Поясните терминологическую разницу понятий «ассортимент» и «номенклатура».
3. Какими показателями характеризуется товарный ассортимент?
4. Какие факторы определяют развитие товарного ассортимента?
5. Этапы формирования ассортиментной матрицы.
6. Методы анализа ассортимента:
 - ABC-метод;
 - матрица BCG;
 - анализ по методу Дибба-Симкина.
7. Оптимизация ассортиментного портфеля и точка безубыточности.
8. Принципы управления ассортиментом.
9. Ассортиментные стратегии.

Рекомендуемая литература:

1. Есенькин Б.С., Коган А.Ф. Предпринимательство в книжном деле : учеб. пособие — М. : МГУП, 2004.
2. Жданова Т.С. Ленивый маркетинг. Принципы пассивных продаж. – М.: «Дашков и К°», 2009. - 94 с.
3. Книжный рынок России: состояние, тенденции и перспективы развития, 2014. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2014. – 92 с.
4. Перлов В.И. Маркетинг на предприятии отрасли печати: Учебное пособие для вузов М.: Издательство МГУП, 2000. 284 с.
5. Энциклопедия книжного дела / Ю.Ф. Майсурадзе, А.Э. Мильчин, Н.П. Маковеев и др. – М.: Юристъ, 2004. – С. 461-483.
6. Эриашвили Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент и маркетинг: Учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – С. 217-259.

Тема 8. Книжная торговля как основной метод книгораспространения. Предприятие книжной торговли

1. Определите место торговли в экономической системе, дайте ее определение. Что такое книжная торговля? Субъекты книжной торговли.
2. В чем состоит различие оптовой торговли и розничной торговли?
3. Какие особенности свойственны внутренней торговле?
4. Объясните, почему уровень издержек книжной торговли выше, чем во многих других видах торговли.
5. Определите место бизнеса в книжной торговле.
6. В чем сходство и различие понятий «предприятие» и «фирма»?
7. Чем отличается книжная торговля на рынках В2В, В2С, В2G, С2В?
8. Какими электронными документами обмениваются продавец и покупатель в электронной оптовой торговле?
9. Какие методы книжной торговли можно отнести к прямым продажам?
10. В чем сходство и различие магазина, павильона, киоска?
11. Что понимается под магазином-дискаунтом?
12. Назовите основные инструменты государственного регулирования торговли.
13. Какие основные налоги должны выплачивать книготорговые предприятия?
14. Какие основные законодательные акты составляют правовую среду книготоргового бизнеса?

Рекомендуемая литература:

1. Экономика торгового предприятия. Торговое дело : учебник / под ред. Л.А. Брагина. — М. : ИНФРА-М, 2008. — (100 лет РЭА им. Г.В. Плеханова).
1. Громова А.Ю., Пашкина И.Н., Рыхлова Е.А. Оптовая и розничная торговля. Бухучет и налогообложение. — М. : Дашков и Ко, 2009.
2. Данебург В., Монкриф Р., Тейлор В. Основы оптовой торговли. Практический курс. — Супруг-Петербург: Нева-Ладога-Онега, 2003.
3. Дашков Л.П., Памбухчиянц В. К. Коммерция и технология торговли. — М. : Дашков и К°, 2009.
4. Есенькин Б.С., Коган А.Ф. Предпринимательство в книжном деле : учеб. пособие — М. : МГУП, 2004.
5. Коган А.Ф. Экономика книжной торговли : учеб. пособие / А.Ф. Коган; Моск. гос. ун-т печати им. Ивана Федорова. — М. : МГУП им. Ивана Федорова, 2011. — 412 с.
6. Коган А.Ф., Сократова Т.С. Книжный бизнес России: состояние и перспективы : монография — М. : МГУП, 2010.
7. Сократова Т.С. Бухгалтерский учет и аудит в книжном деле. Ч.1: учеб. пособие. — М. : МГУП, 2005.

8. Толковый словарь по книжному бизнесу. Основные термины / С.Б. Есенькин, С.Ю. Калинин, Н.П. Маковеев др.; под ред. Ю.Ф. Майсурадзе. — М. : МПИ, 2001. — (Книжный бизнес. Отечественный опыт).

Тема 9. Мерчендайзинг торгового зала

1. Дайте определение мерчендайзингу. Каковы основные направления мерчендайзинга?
2. Дайте определение основным понятиям мерчендайзинга: место продажи, основное место продажи, дополнительное место продажи, ассортиментная группа, ассортиментная позиция, единый корпоративный блок, фейсинг.
3. Принципы мерчендайзинга.
4. Законы мерчендайзинга.
5. Концепция дизайна книготорговых предприятий.
6. Интерьер, книготорговое оборудование и мебель: прилавки, концевые стойки, рекламные прилавки и стеллажи, отдельно стоящие конструкции. Стены, горки, гондолы. Распределение торговых площадей. Планировка магазина. Типы планировки: «решетка», «трек», произвольная планировка.
7. Факторы, влияющие на размещение товара.
8. Методы и способы представления товара: идейное представление, группировка по разделам ассортимента, выравнивание цен, вертикальное представление, объемное представление, фронтальное представление.
9. Атмосфера магазина. Визуальные компоненты. Освещение. Цвет. Музыка. Вывески и графическое оформление. Особенности дизайна книжных магазинов. Объединение элементов в единое целое.
10. Электронное представление товара, электронное оборудование.
11. Зонирование торгового зала.
12. Принципы расположения товаров на полке.
13. POS-материалы (информационные и рекламные).
14. Реклама в торговом зале.

Рекомендуемая литература:

1. Жданова Т.С. Ленивый маркетинг. Принципы пассивных продаж. – М.: «Дашков и К°», 2009. - 94 с.
2. Любой учебник по мерчендайзингу.

Тема 10. Внемагазинная торговля: экономика электронной книжной торговли

1. Что понимается под сетевой экономикой и в чем состоит сетевой эффект?
2. В чем преимущество и недостатки сетевой торговли?
3. Охарактеризуйте основные виды трансакций в интернет-торговле.
4. В чем преимущества интернет-торговли для покупателя и продавца?
5. Какие типы интернет-магазинов вы знаете?
6. Назовите основные форматы интернет-торговли.
7. Какие книжные интернет-магазины вы знаете?
8. Назовите основные функции фронт-офиса стационарного магазина и интернет-магазина, в чем их отличия.
9. Назовите основные функции бек-офиса интернет-магазина.
10. Как различаются интернет-магазины по логистике управления товарными запасами?
11. Определите особенности состава издержек интернет-магазина.
12. Определите особенности состава основных фондов интернет-магазина.

Рекомендуемая литература

1. Барроу К. Курс выживания интернет-компаний : пер. с англ. — М. : Альпина Паблицер, 2001. — 341 с.
- Бэттелл, Дж. Поиск. Как компания Google и ее конкуренты переписали законы бизнеса и изменили нашу культуру. — М. : Добрая книга, 2006. — 368 с.

2. Вайбер Р. Эмпирические законы сетевой экономики // Проблемы теории и практики управления, 2004. — № 4.
- Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. — 2-е изд., исправ. — М. : ЭКСМО-Пресс, 2001. — 480 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура : пер. с англ. / под ред. О.И. Шкаратана. — М. : ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
4. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы-вы развития: отраслевой доклад / под общ. ред. В.В. Григорьева. — М. : Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2010.
5. Коган А.Ф. Экономика книжной торговли : учеб. пособие / А.Ф. Коган; Моск. гос. ун-т печати им. Ивана Федорова. — М. : МГУП им. Ивана Федорова, 2011. — 412 с.
6. Саблер А. Как открыть интернет-магазин. — М. : Смарт-Бук, 2008.
7. Саундерс Р. Бизнес путь: Amazon.com. Секреты самого успешного в мире сетевого бизнеса. — СПб. : Изд-во Крылов, 2003. — 240 с.
8. Экономика торгового предприятия. Торговое дело : учебник / под ред. Л.А. Брагина. — М. : ИНФРА-М, 2008. — 314 с. — (100 лет РЭА им. Г.В. Плеханова).
9. Экслер А. OZON.ru. История успешного интернет-бизнеса в России. — М. : Манн, Иванов и Фарбер, 2010, — 208 с.

Тема 11-12. Организация книготорговли за рубежом

Доклад «Книгораспространение за рубежом на примере одной из стран», предполагающий описание истории, организации и технологии книгораспространения одной из зарубежных стран (по выбору студента).

Рекомендуемая литература

1. Всеобщая история книги / И.А.Шомракова, И.Е. Баренбаум. – СПб ГУКИ– СПб.:Профессия, 2005. – 368 с.
2. Журнал «Книжная индустрия». – Режим доступа: <http://www.bookind.ru>
3. Коган А.Ф., Сократова Т.С. Книжный бизнес России: состояние и перспективы : монография — М. : МГУП, 2010.
4. Мендель Б. История книги, книжного дела и книготорговли: Европа, США, Россия : Монография. - LAP Lambert Academic Publishing, 2010. – 648 с.
5. Журнал «Университетская книга». – Режим доступа: <http://www.unkniga.ru>
6. Газета «Книжное обозрение». – Режим доступа: <http://www.knigoboz.ru/?section=issue>
7. Журнал «Книжное дело». – Режим доступа: <http://www.knigdelo.ru/default.asp>

ТЕСТИРОВАНИЕ ПО ОСНОВНЫМ ПОНЯТИЯМ КУРСА

1. Договорно-обязательственные отношения между предпринимателями строятся на принципах

- а) свободы договора
- б) законности договора
- в) свободы и законности договора

2. Государственное регулирование цен сочетается с финансово- кредитными мерами воздействия на... товаров

- а) производство
- б) обращение
- в) производство и обращение товаров

3. По своей сущности ... торговая система является формой производственных отношений между крупным и малым предпринимательством

- а) интегрированная
- б) разобщенная
- в) централизованная

4. К стационарной сети относят

- а) магазины
- б) автомагазины
- в) павильоны
- г) киоски
- д) палатки

5. Принципами рационального размещения розничных торговых предприятий в городах являются

- а) равномерность
- б) ступенчатость
- в) группировка
- г) равномерность, ступенчатость, группировка

6. Мелкорозничная сеть представлена

- а) небольшими магазинами
- б) павильонами
- в) киосками
- г) небольшими магазинами, павильонами, киосками

7. Тип предприятия розничной торговли – это предприятие, определенного вида, классифицированное по ... и формам торгового обслуживания покупателей

- а) площади
- б) торговой площади
- в) ассортименту реализуемых товаров

8. Павильон – это оборудованное строение, имеющее торговый зал и помещение для ..., рассчитанное на одно или несколько рабочих мест

- а) хранения товарного запаса
- б) подготовки товаров к продаже
- в) хранения тары и вспомогательных материалов

9. Предметом труда в торговом процессе являются:

- а) товары
- б) покупатели
- в) товары и покупатели

10. Факторами, определяющими динамичность торгово-технологических процессов в магазине, являются:

- а) сокращение издержек обращения в торговых предприятиях
- б) обеспечение наилучших условий выбора товаров в магазинах
- в) уровень развития производства товаров народного потребления
- г) состояние торговли и ее материально-технической базы
- д) степень квалификации работников торговли

11. Общие требования к предприятиям розничной торговли изложены:

- а) в ГОСТ Р 51773-2001
- б) ГОСТ Р 51304-99
- в) ГОСТ Р 51303-99

12. Торговый процесс обеспечивает ...

- а) смену форм стоимости
- б) смену потребительской стоимости
- в) рост объемов продажи товаров

13. Формы продажи товаров - ...

- а) магазинные
- б) магазинные и внемагазинные
- в) самообслуживание
- г) продажа по образцам

14. Безопасность услуги торговли представляет собой комплекс свойств услуги, проявление которых при обычных условиях ее оказания не подвергает недопустимому риску ... потребителя.

- а) жизнь, здоровье и имущество
- б) жизнь
- в) жизнь и здоровье

15. Примером формы торгового обслуживания может быть

- а) салонное обслуживание
- б) самообслуживание
- в) обслуживание продавцом-консультантом в магазинах самообслуживания

16. Скорость торгового обслуживания – среднее время, затрачиваемое на обслуживание ...

- а) одного покупателя
- б) всех покупателей, находящихся в торговом зале
- в) одним кассиром-контролером

17. Типы оптовых организаций:

- а) федерального уровня
- б) регионального уровня
- в) посреднические оптовые структуры
- г) организаторы оптового оборота

18. Виды оптовых предприятий – это ...

- а) предприятия общенационального и регионального масштаба
- б) независимые оптовые торговцы, дистрибьюторы, организаторы оптового оборота
- в) брокеры, агенты

19. Структуры, входящие в состав организаторов оптового оборота - это...

- а) оптовые ярмарки, аукционы, оптовые продовольственные рынки
- б) торговые агенты, комиссионеры
- в) предприятия-брокеры

20. Склады в зависимости от характера выполняемых функций подразделяют на.....

- а) распределительные, транзитно-перевалочные, сезонного хранения и досрочного завоза

- б) универсальные и специализированные
- в) универсальные и общетоварные

21. Товарный склад, предназначенный для осуществления операций с товарами, не требующими регулируемых режимов хранения, называется...

- а) общетоварным
- б) специальным
- в) специализированным

22. Для выполнения основных технологических операций на складе - хранения товаров, распаковки, упаковки, комплектования, приёмки и отпуска товаров - предназначаются помещения...

- а) основного производственного назначения
- б) вспомогательные
- в) подсобно-технические

23. Основные подъемно - транспортные операции, проводимые на складах:

- а) захват груза
- б) подъем, перемещение и выдача груза
- в) укладка груза в штабель, на стеллажи, снятие его со стеллажей
- г) крепление грузов, укладка и уборка подкладок
- д) застроповка или отстроповка сформированных пакетов
- е) накладывание или снятие захватных устройств

24. К грузоподъемным машинам относят:

- а) краны
- б) грузовые лифты
- в) электротали
- г) электрические лебедки
- д) напольные тележки
- е) автопогрузчики

25. Штабеля с товарами должны размещаться на складах не ближе чем на ... м. от внешней стены

- а) 0,5
- б) 0,8
- в) 1.0

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Основы технологии и организации товародвижения.
2. Рациональная организация товародвижения.
3. Типы и виды оптовых предприятий, их роль в процессе товародвижения.
4. Назначение, функции и классификация складов.
5. Требования к современным складам и их размещению.
6. Структура складских помещений, их планировка.
7. Складской технологический процесс и его составные части.
8. Требования к организации технологического процесса на складе.
9. Технология разгрузки транспортных средств и внутрискладское перемещение грузов.
10. Технология приемки товаров на складе.
11. Основные требования, условия и сроки приемки товаров.
12. Технология процесса складирования на складе.

13. Технология процессов комплектации партий товаров и отправки их потребителям.
14. Организация и технология отпуска товаров со склада.
15. Сущность и значение управления торгово-технологическим процессом и организацией труда на складах.
16. Управление хранением товаров на складе.
17. Автоматизированное управление складскими операциями.
18. Основные направления развития розничной торговой сети.
19. Классификация предприятий розничной торговли.
20. Устройство и планировка помещений магазина.
21. Торговое оборудование и принципы его размещения в торговом зале.
22. Содержание торгово-технологического процесса в магазине.
23. Организация и технология завоза товаров в розничные торговые предприятия.
24. Технология операций по приемке товаров в магазинах.
25. Организация приемки товаров в магазине по количеству.
26. Организация приемки товаров в магазине по качеству.
27. Технология хранения и подготовки товаров к продаже в магазине.
28. Особенности технологического процесса складирования товаров в магазине.
29. Потери товаров при хранении в магазине.
30. Организация подготовительных операций при продаже непродовольственных товаров.
31. Рациональное размещение товаров в торговом зале магазина.
32. Основные принципы выкладки товаров на торговом оборудовании в магазине.
33. Виды и характеристика оборудования, применяемого при выкладке товаров.
34. Организация и технология розничной продажи товаров.
35. Управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле.
36. Организация труда работников магазина.
37. Организация материальной ответственности в магазине.
38. Роль технических средств в организации товародвижения и технологических процессов.
39. Классификация и основные виды торгового оборудования.
40. Подъемно-транспортное оборудование, применяемое на складах.
41. Техническая оснащенность и обеспечение технологического процесса общетоварного склада.
42. Технические средства для расчета с покупателями в магазинах.
43. Техническая оснащенность магазинов.
44. Общие требования к проектированию предприятий торговли.

Промежуточная аттестация

Задание 1

Планируемый образовательный результат

ПК-3. Способен участвовать в продвижении медиапродукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

ПК-3.1. Участвует в разработке маркетинговой стратегии издательств и (или) предприятий распространения издательской продукции

Формулировка задания:

Письменный ответ

1. Дайте характеристику современному состоянию рынка книгораспространения.
2. Каким был рынок в доперестроечное время? Подтвердите свои выводы фактами.
3. Проясните, в чем суть централизованности и монополистичности рынка?

4. Роль бюджетных закупок в структуре книгораспространения.
5. Охарактеризуйте независимую книжную розницу (книжный ритейл).
6. Охарактеризуйте работу федеральных книготорговых сетей.
7. Динамика продаж в интернет-канале за последние 3 года.
8. Перечислите и охарактеризуйте основные интернет-площадки торговли издательской продукцией.
9. Преимущества и недостатки интернет-торговли.
10. Динамика развития некнижного ритейла. Перечислите и охарактеризуйте основных игроков на рынке.
11. Киосковые сети.

Вид и способ проведения промежуточной аттестации: письменный ответ

Критерии оценивания и шкала оценивания:

- Тема раскрыта с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения – 2 балла
- Аргументация на теоретическом уровне неполная, смысл ряда ключевых понятий не объяснен – 1 балл
- Терминологический аппарат непосредственно не связан с раскрываемой темой – 0 баллов

Рейтинг-контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения студентов ТвГУ.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1) Рекомендуемая литература

а) основная литература:

1. Кент, Т. Розничная торговля [Электронный ресурс]: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция» («Торговое дело») / Т. Кент, О. Омар; пер. с англ. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 719 с. – <http://www.iprbookshop.ru/34504.html>
2. Мировые товарные рынки: Учебное пособие [Электронный ресурс] / А.В. Хохлов. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 304 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/go.php?id=460914>
3. Эриашвили, Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Д. Эриашвили. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 302 с. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436699>

б) дополнительная литература:

Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент: теория и практика: Монография [Электронный ресурс] : монография — Москва : Дашков и К, 2017. — 410 с. – Режим доступа : <https://e.lanbook.com/book/94032>

Эрик Найман Как покупать дешево и продавать дорого [Электронный ресурс] : пособие для разумного инвестора / Найман Эрик. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 556 с. – Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/43640.html>

2) Программное обеспечение

а) Лицензионное программное обеспечение

	Наименование программного обеспечения	Местонахождение ПО	Назначение
1.	Microsoft Office Professional Plus	на всех рабочих станциях	Текстовый редактор

2.	Microsoft Windows Professional	на всех рабочих станциях	Операционная система
3.	Kaspersky WorkSpace Security Educational License	на всех рабочих станциях	Антивирусное ПО
4.	Adobe Design Standard	4-ый корпус, компьютерный класс	Компьютерная графика, дизайн
5.	ABBYY FineReader Corporate Edition	на 2-х рабочих станциях	Сканирование документов
6.	CorelDRAW Graphics Suite	3-ый корпус, компьютерный центр общего доступа	Векторная графика, графический дизайн
7.	Пакет «Антиплагиат.ВУЗ»	в сети университета	Проверка текстов на наличие заимствований

б) свободно распространяемое программное обеспечение
qScreenshot, HotShots – программы для снятия скриншотов.

The Timeline Project – программа-планировщик.

GimPhoto – Редактор фотографий, который базируется на GIMP. Поддерживаются плагины Photoshop (8bf).

Kompozer / Композер – WYSIWYG-редактор для документов формата HTML. Программа предназначена для редактирования и создания веб-страничек. Позволяет использовать всевозможные стили CSS. Включает лучшие функции большинства актуальных редакторов для страничек сайтов по типу DreamWeaver. При этом разработчики не забыли о значимости простоты в эксплуатации подобных инструментов.

eBook Maestro: универсальный компилятор электронных книг

Adobe Digital Editions 2.0 - программа для чтения и тестирования электронных книг в формате epub/

Calibre - конвертор электронных книг.

Sigi – конвертор электронных книг

г) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Сервер информационно-методического обеспечения учебного процесса –
2. <http://edc.tversu.ru/>
3. Научная библиотека ТвГУ <http://library.tversu.ru/>
4. Сервер доступа к модульной объектно-ориентированной динамической учебной среде Moodle - <http://moodle.tversu.ru/>
5. Сервер обеспечения дистанционного обучения и проведения Web- конференций
6. Mirapolis Virtual Room - <http://mvr.tversu.ru/mvr/>
7. Репозиторий научных публикаций ТвГУ - <http://eprints.tversu.ru/>
8. Научная электронная библиотека <https://elibrary.ru/>
9. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru/>

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

4. Газета «Книжное обозрение». – Режим доступа:

<http://www.knigoboz.ru/?section=issue>

5. Журнал «Университетская книга». – Режим доступа: <http://www.unkniga.ru>
6. Прилепская Г.Д. Бизнес-план издательства: Учебное пособие М.: Издательство МГУП, 2000. 104 с. – URL: <http://www.hi-edu.ru/e-books2/xbook075/01/index.html>
7. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. - СПб.: Питер, 2006, 464 с. – URL: <http://www.twirpx.com/file/434807/>

VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Студент, изучающий дисциплину, должен:

- следить за логикой построения учебного курса, постоянно работая над освоением теоретического материала;
- лекции – основное методическое руководство по изучению дисциплины, поэтому пропущенную лекцию необходимо изучить самостоятельно, так как каждая последующая лекция основывается на материале предыдущей;
- готовиться и активно работать на практических занятиях;
- в установленные сроки выполнять все задания, своевременно представляя отчет о проделанной работе преподавателю.

Программа зачета

1. Назовите основные товарные сегменты книжного рынка, охарактеризуйте их.
2. Охарактеризуйте товарные свойства бестселлеров и товарные свойства серийной книжной продукции.
3. Охарактеризуйте свойства эластичности спроса для книжной продукции.
4. Назовите основные факторы предложения книжного товара.
5. Как проявляется сезонность спроса на книжном рынке?
6. Как можно определить границы книжного рынка?
7. Как выглядит иерархия потребностей для книжной продукции?
8. Методы распространения книг.
9. Выбор партнера при реализации книжного товара:
10. Проясните, в чем суть централизованности и монополистичности рынка?
11. Охарактеризуйте роль бюджетных закупок в структуре книгораспространения.
12. Преимущества и недостатки интернет-торговли.
13. Динамика развития не книжного ритейла. Перечислите и охарактеризуйте основных игроков на рынке.
14. Назовите основные компоненты единого информационного пространства в книжном деле. Какие из них получают из внешних источников, а какие издательство (или книготорговое предприятие) генерирует самостоятельно?
15. Дайте определение кадровой политики и сформулируйте цель кадровой логистики на книготорговом предприятии.
16. Какие показатели характеризуют социальные, функциональные свойства книги? Чем определяется удобство пользования книгой? В чем специфика показателей надежности книги?
17. Перечислите задачи формирования ассортиментной концепции.
18. Методы анализа ассортимента:
19. Определите место торговли в экономической системе, дайте ее определение. Что такое книжная торговля? Субъекты книжной торговли.
20. В чем состоит различие оптовой торговли и розничной торговли?
21. Дайте определение мерчендайзингу. Каковы основные направления мерчендайзинга? Принципы и законы.
22. Охарактеризуйте основные виды транзакций в интернет-торговле.

23. Что понимается под сетевой экономикой и в чем состоит сетевой эффект?

24. Определите особенности состава издержек интернет-магазина.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

ПК, проектор, доступ к сети интернет, доступ к ЭБС.

VIII. СВЕДЕНИЯ ОБ ОБНОВЛЕНИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения