

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Павлова Людмила Станиславовна

Должность: и.о. проректора по образовательной деятельности

Дата подписания: 01.12.2025 16:56:19

Уникальный программный ключ:

d1b168d67b4d7601372f8158b54869a0a60b0a21

УП: 42.03.03

Издательское дело

2025plx

# МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

## РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «ТВЕРСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ООП

С.Ю. Николаева

«26» июня 2025 г.

## Рабочая программа дисциплины

### Экономика издательского дела

Закреплена за кафедрой:

**Филологических основ издательского дела и литературного творчества**

Направление подготовки:

**42.03.03 Издательское дело**

Направленность (профиль):

**Книгоиздательское дело**

Квалификация:

**Бакалавр**

Форма обучения:

**очная**

Семестр:

**8**

Программу составил(и):

*канд. филол. наук, доц., Волкова Наталья Васильевна*

Тверь, 2025

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Цели освоения дисциплины (модуля):**

Дать исчерпывающие представления об экономических составляющих редакционно-издательского процесса.

### **Задачи :**

- изучить экономические и организационные аспекты издательского дела; основные законы и принципы ведения хозяйственной деятельности издающих организаций и структур распространения издательской продукции; механизмы функционирования системы ценообразования на издательскую продукцию в современных условиях;
- научиться проводить расчеты основных показателей работы издающих организаций в целом и их структурных подразделений; составлять бюджеты издательских проектов и отдельных структурных подразделений.
- освоить инструменты и технологии бизнес-планирования и ценообразования; методы оценки маркетинговых, редакционно-издательских процессов, процессов распространения издательской продукции с точки зрения их экономической целесообразности.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ОП: Б1.О

### **Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Дисциплина входит в обязательную часть учебного плана (Блок 1. Дисциплины).

Входные знания формируются у студентов в рамках курсов:

Менеджмент в издательском деле

Маркетинг в издательском деле

**Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**

Полученные навыки и знания закрепляются в рамках курса

Стратегии личностно-профессионального развития

Преддипломная практика

## **3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ**

<b>Общая трудоемкость</b>	<b>3 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану	108
<b>в том числе:</b>	
самостоятельная работа	45
часов на контроль	27

## **4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

ОПК-2.1: Учитывает механизмы функционирования и тенденции развития системы общественных и государственных институтов

ОПК-2.2: Соблюдает принцип объективности при освещении деятельности общественных и государственных институтов в медиапродуктах

ОПК-5.1: Учитывает в своей деятельности совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

УК-9.1: Использует основные принципы экономического анализа (принцип альтернативных издержек, ценности денег с учетом фактора времени и т.п.)

УК-9.2: Использует правовые базы данных и прочие ресурсы для получения информации о своих правах и обязанностях, связанных с осуществлением экономической политики государства

УК-9.3: Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом)

УК-9.4: Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей

УК-9.5: Контролирует собственные экономические и финансовые риски

## 5. ВИДЫ КОНТРОЛЯ

Виды контроля в семестрах:	
экзамены	8

## 6. ЯЗЫК ПРЕПОДАВАНИЯ

Язык преподавания: русский.

## 7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Сем.	Часов	Примечание
	Раздел 1. Содержание дисциплины				
1.1	Предмет и задачи курса. Организационные и экономические основы издательского дела	Лек	8	1	
1.2	Предмет и задачи курса. Организационные и экономические основы издательского дела	Пр	8	1	
1.3	Предмет и задачи курса. Организационные и экономические основы издательского дела	Ср	8	3	
1.4	Предмет и задачи курса. Организационные и экономические основы издательского дела	Экзамен	8	2	
1.5	Организационная структура издательской отрасли	Лек	8	1	
1.6	Организационная структура издательской отрасли	Пр	8	1	
1.7	Организационная структура издательской отрасли	Ср	8	3	
1.8	Организационная структура издательской отрасли	Экзамен	8	2	
1.9	Организация работы издательства	Лек	8	2	
1.10	Организация работы издательства	Пр	8	2	
1.11	Организация работы издательства	Ср	8	5	

1.12	Организация работы издательства	Экзамен	8	2	
1.13	Редакционно-издательский процесс и его экономические аспекты	Лек	8	2	
1.14	Редакционно-издательский процесс и его экономические аспекты	Пр	8	2	
1.15	Редакционно-издательский процесс и его экономические аспекты	Ср	8	3	
1.16	Редакционно-издательский процесс и его экономические аспекты	Экзамен	8	3	
1.17	Работа издательства с автором. Издательский портфель	Лек	8	2	
1.18	Работа издательства с автором. Издательский портфель	Пр	8	2	
1.19	Работа издательства с автором. Издательский портфель	Ср	8	3	
1.20	Работа издательства с автором. Издательский портфель	Экзамен	8	2	
1.21	Издательская прибыль и себестоимость	Лек	8	2	
1.22	Издательская прибыль и себестоимость	Пр	8	2	
1.23	Издательская прибыль и себестоимость	Ср	8	3	
1.24	Издательская прибыль и себестоимость	Экзамен	8	4	
1.25	Рентабельность книжной продукции	Лек	8	2	
1.26	Рентабельность книжной продукции	Пр	8	2	
1.27	Рентабельность книжной продукции	Ср	8	3	
1.28	Рентабельность книжной продукции	Экзамен	8	2	
1.29	Продвижение книг на рынок	Лек	8	2	
1.30	Продвижение книг на рынок	Пр	8	2	
1.31	Продвижение книг на рынок	Ср	8	3	
1.32	Продвижение книг на рынок	Экзамен	8	2	
1.33	Реклама в издательстве. Информационное обеспечение книжного рынка	Лек	8	1	
1.34	Реклама в издательстве. Информационное обеспечение книжного рынка	Пр	8	1	
1.35	Реклама в издательстве. Информационное обеспечение книжного рынка	Ср	8	5	
1.36	Реклама в издательстве. Информационное обеспечение книжного рынка	Экзамен	8	2	

1.37	Ценообразование на книжную продукцию	Лек	8	1	
1.38	Ценообразование на книжную продукцию	Пр	8	1	
1.39	Ценообразование на книжную продукцию	Ср	8	6	
1.40	Ценообразование на книжную продукцию	Экзамен	8	2	
1.41	Издательское дело за рубежом	Лек	8	1	
1.42	Издательское дело за рубежом	Пр	8	1	
1.43	Издательское дело за рубежом	Ср	8	4	
1.44	Издательское дело за рубежом	Экзамен	8	2	
1.45	Книжная торговля за рубежом	Лек	8	1	
1.46	Книжная торговля за рубежом	Пр	8	1	
1.47	Книжная торговля за рубежом	Экзамен	8	2	
1.48	Книжная торговля за рубежом	Ср	8	4	

## **Образовательные технологии**

Предмет и задачи курса. Организационные и экономические основы издательского дела

лекция традиционная  
технологии развития критического мышления  
практическое занятие  
Организационная структура издательской отрасли  
лекция традиционная  
технологии развития критического мышления  
практическое занятие  
Организация работы издательства  
лекция традиционная  
технологии развития критического мышления  
практическое занятие  
информационные (цифровые)  
Редакционно-издательский процесс и его экономические аспекты  
лекция проблемная  
технологии развития критического мышления  
практическое занятие  
информационные (цифровые)  
Работа издательства с автором. Издательский портфель  
лекция проблемная  
технологии развития критического мышления  
практическое занятие  
информационные (цифровые)  
Издательская прибыль и себестоимость  
лекция проблемная  
технологии развития критического мышления  
практическое занятие  
Рентабельность книжной продукции  
лекция проблемная  
технологии развития критического мышления  
практическое занятие  
информационные (цифровые) Продвижение книг на рынок  
лекция проблемная  
технологии развития критического мышления  
Реклама в издательстве. Информационное обеспечение книжного рынка  
лекция проблемная  
технологии развития критического мышления  
практическое занятие Ценообразование на книжную продукцию  
лекция проблемная  
технологии развития критического мышления  
практическое занятие Издательское дело за рубежом  
лекция проблемная  
технологии развития критического мышления  
практическое занятие Книжная торговля за рубежом  
лекция проблемная  
технологии развития критического мышления

### **Список образовательных технологий**

1	Проектная технология
2	Игровые технологии
3	Информационные (цифровые) технологии
4	Технологии развития критического мышления

5	Методы группового решения творческих задач (метод Дельфи, метод 6–6, метод развивающей кооперации, мозговой штурм (метод генерации идей), нетворкинг и т.д.)
6	Портфолио

## 8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 8.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации

A) Программа практических занятий

Тема 1. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ОТРАСЛИ

I. Общие понятия курса:

1. Значение терминов «издательское дело», «издательская деятельность», «книжное дело». Могут ли они употребляться в качестве синонимов?

2. В чем интегрирующее значение курса «Экономика и организация издательской деятельности»?

3. Отличие книги от других потребительских товаров и ее сходство с ними.

II. Отрасль книгоиздания как система взаимодействующих субъектов рыночной экономики:

1.История возникновения отрасли книгоиздания и ее функционирование в 1960-1970-х гг. Назовите примеры издательств, созданных в 1960-1980-е гг. Когда было организационно завершено формирование отрасли книгоиздания?

2.Изменения в отрасли в 1980-1990-х гг. и возникновение Федерального ведомства.

Назовите документ, отменивший цензуру печати. На какой год пришлось максимальное падение суммарного тиража книг в период перехода к рынку?

III. Функционирование издательств, полиграфии и книжной торговли в условиях рынка:

1. Издательства:

Издательская система СССР и РФ

Классификация издательств: по видам издаваемой литературы и ее читательскому назначению, по форме собственности, по территориальному признаку, по знаковой природе информации выпускаемых изданий, по масштабу деятельности

2. Полиграфия. Каким образом можно проиллюстрировать масштабы концентрации книжного производства в России?

3. Книжная торговля. Какие предприятия составляют основу книжной торговли?

IV. Нормативно-правовая база издательской деятельности:

1. Правовое регулирование издательской деятельности в РФ

2. Законы, нормативно-правовые акты и подзаконные акты

3. Какие издательства могут быть участниками Федеральной программы книгоиздания России? Какие льготы предоставляет издательствам законодательство?

4. Стандарты как государственные и отраслевые нормативно-технические документы. Приведите примеры действующих государственных и отраслевых стандартов.

V. Библиография и статистика книгоиздания.

VI. Информационное и научное обеспечение отрасли.

Тема 2. СТРУКТУРА ИЗДАТЕЛЬСТВА: ОБЩЕЕ ПОНЯТИЕ. ОСНОВНЫЕ ЧАСТИ ИЗДАТЕЛЬСТВА: РЕДАКЦИОННАЯ, ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ, СЛУЖБА РЕАЛИЗАЦИИ.

1. Типовые организационные структуры: функциональная, товарная, рыночная, региональная.

2. Основные специалисты издательства:

Главный редактор, художественный редактор, технический редактор

Специалист по маркетингу, специалист по ресурсам (специалист службы снабжения), специалист по производству

3. Вспомогательные службы издательства (бухгалтерия, экономическое и юридическое подразделения и др.). Их роль в работе издательства.

4. Основные обязанности издательства.

5. Права издательства.

6. Обязательные экземпляры изданий и их виды. Какое количество поставляемых обязательных экземпляров изданий на русском языке установлено законом?

7. Основные выходные сведения.

8. Дополнительные выходные сведения.

### Тема 3. РЕДАКЦИОННО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ПРОЦЕСС И ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ.

1. Сущность и содержание редакционно-издательского процесса:

Дайте определение редакционно-издательскому процессу и перечислите его основные стадии

Назовите общие требования к редакционно-издательскому процессу

Отличие «чистых листов» и «сигнального экземпляра»

2. Подбор автора и авторского коллектива

3. План-проспект издания

4. Рецензирование: сущность и виды

5. Заключение договора с автором. Авторский гонорар

6. Авторский оригинал:

Определение авторского оригинала и его виды

Элементы, комплекта, составляющего авторский оригинал

7. Редактирование. Виды редакционной правки. Редакционные расходы

8. Художественное оформление издания. Гонорар за художественно-графические

работы:

Что такое художественное оформление и художественная композиция издания?

Составляющие макета книги

Формат

Шрифт и его характеристики: гарнитура, начертание, кегль

9. Подготовка иллюстраций:

Штриховые и полуточковые иллюстрации

Требования, которым должен удовлетворять иллюстративный материал

10. Подготовка обложки:

Обложка, суперобложка, переплет, цветоделение

Штрих-код и его значение

11. Издательский оригинал. Общеиздательские расходы

12. Корректура:

Корректура и ее виды

Пробные оттиски цветопроба

Требования к пробным цветным оттискам

13. Компьютерные технологии в книгоиздании:

Настольная издательская система

Наиболее популярные программы верстки оригинал-макета

Особенности вывода оригинал-макета при ризографии, офсетной и высокой печати.

### Тема 4. РАБОТА ИЗДАТЕЛЬСТВА С АВТОРОМ. ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ПОРТФЕЛЬ.

1. Основные положения авторского права. Последние изменения в законодательстве об авторском праве:

Понятие авторского права; условия для признания сделки на передачу авторских прав законной; объекты, охраняемые и не охраняемые авторским правом.

Субъект авторского права; имущественные и неимущественные права.

2. Авторский договор. Его основные типы.

3. Издательский портфель в организации работы издательства:

Понятие плана выпуска, ассортимента издательской продукции, тиража

Единицы измерения объема издания: авторский лист, учетно-издательский лист, физический печатный лист, условный печатный лист, печатный лист-оттиск. Листаж. Коэффициент использования площади бумаги.

Издательские портфели: договорный, редакционный, производственный. План движения портфелей.

### Тема 5. РАСХОДЫ НА БУМАГУ И ПЕРЕПЛЕТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.

## 1. Расходы на бумагу:

- Процесс изготовления бумаги. Каландрированная бумага. Бумага с покрытием и без него. Основные сорта отечественной бумаги.
- Обозначение формата издания. Принципы расчета количества бумаги для издания и определение ее стоимости. Учет отходов бумаги на технологические нужды.

## 2. Расходы на переплетные материалы:

- Основные переплетные покровные и отделочные материалы
- Принципы расчета количества картона на издание

## Тема 6. ПЕЧАТЬ.

### 1. Способы печати.

### 2. Выбор способа печати.

### 3. Требования к качеству полиграфического исполнения. Контроль качества печати.

### 4. Выбор полиграфического предприятия.

### 5. Переплетно-брошюровочные процессы. Основные типы обложек и переплетов.

### 6. Печатные краски.

## Тема 7. ПРОДВИЖЕНИЕ КНИГ НА РЫНОК.

1. Понятие о продвижении товара на рынке. Система распространения книг. Типовые решения распространения книг на рынке.

2. Преимущества и недостатки использования распространения через крупного оптовика.

3. Экстенсивное, исключительное и выборочное распределение.

4. Роль логистики в продвижении книжной продукции.

5. Прямые продажи. Варианты прямых продаж.

6. Система «книга – почтой». Себестоимость заказа книги по системе «книга - почтой».

7. Книжный клуб как книготорговое предприятие.

8. Продажа книг по телефону.

9. Реализация книжной продукции через Интернет.

10. Самотренинг менеджера по продажам.

11. Многоуровневый маркетинг.

12. Выбор партнера при реализации товара. Конструирование системы дилеров.

13. Система оценки затрат и доходов.

## Тема 8. РЕКЛАМА В ИЗДАТЕЛЬСТВЕ.

### ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КНИЖНОГО РЫНКА.

1. Понятие рекламы и ее содержание.

2. Виды рекламы: торговая, потребительская, кооперативная, сейлз промоушн.

3. Система стимулирования сбыта. Выставки.

4. Мерчендайзинг.

5. Паблик рилейшнз.

6. Директ-маркетинг.

7. Виды рекламного воздействия.

8. Средства распространения рекламы: пресса, радио, телевидение, информационные и рекламные листовки и буклеты, каталоги, плакаты, текст на обложке, суперобложке, переплете.

9. Оформление рекламных сообщений.

10. Структурирование рекламной кампании.

11. Роль рекламы в коммерческом успехе издательства.

12. Рекламная кампания издательства и ее формирование.

13. Оценка эффективности рекламной кампании.

14. Информационное обеспечение книжного рынка:

1) Тематическое планирование

2) Система «Books in Print»

3) Отраслевая печать: специализированные газеты и журналы

4) Интернет

5) Адресная рассылка

## Тема 9. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА КНИЖНУЮ ПРОДУКЦИЮ.

1. Ценовая политика, ее цели и задачи.
2. Отпускная цена издательства:
  - 1) Определение уровня розничных цен
  - 2) Ценовая политика и объемы тиражей
  - 3) Методы ценообразования: затратного калькулирования, формирования цены от спроса, конкурентного уровня цены
  - 4) Другие методы определения цен: полных издержек, средних издержек, предельных издержек, стандартных издержек производства, целевой цены, потребительской оценки

3. Формирование цены в книготорговле:

- 1) Оптовая цена книги
- 2) Розничная цена книги

4. Переговоры о ценах.

**Тема 10. ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО ЗА РУБЕЖОМ.**

1. Издательские фирмы и их типы. Организация издательской отрасли.
2. Каталоги-справочники по издательским фирмам.
3. Профессиональные объединения издателей и профессиональные издательско-книготорговые журналы.

4. Международная роль ассоциаций. Специализированные ассоциации.

5. Государственные органы, контролирующие издательскую деятельность.

Государственная поддержка книгоиздания.

6. Специфика работы зарубежного издательства:

- 1) Литературные агенты
- 2) Международные книжные ярмарки
- 3) Взаимоотношения издательства и автора. Особенности авторского договора.
- 4) Карманные издания и электронные книги.

7. Общие тенденции развития издательского дела за рубежом.

**Тема 11. КНИЖНАЯ ТОРГОВЛЯ ЗА РУБЕЖОМ**

1. Способы информирования книжной торговли о продукции издательств:

издательские каталоги, текущая книготорговая библиография, национальные указатели Books in print, национальная библиография, издательские агенты-представители, национальные книжные ярмарки, постоянно действующий заказ.

2. Автоматизированные системы телезаказа.

3. Фирмы промежуточного звена книжной торговли: дистрибутеры, оптовики, транспортировка книг.

4. Прямые продажи в издательствах: книжные клубы, национальные книжные салоны, ярмарки, фестивали.

5. Розничная книготорговля: книжные магазины, отделы супермаркетов, книготорговые сети, супермагазины (суперсторы).

6. Общие тенденции развития книжной торговли за рубежом.

**ТЕСТЫ** Тест 1: Основные экономические понятия

1. Что относится к организационно-правовым формам предпринимательской деятельности: 1. Акционерное общество; 2. Совместное предприятие; 3. Концерны; 4. Малые предприятия. . 2. Что отражает понятие «предложение»? 1. Структуру товара на рынке; 2. Стоимость товара для реализации; 3. Количество оценку товара на рынке; 4. Номенклатуру продукции, представленную на рынке. 3. Что отражает понятие «спрос»? 1. Количество продавцов на рынке; 2. Стоимость товара, представленного на рынке; 3. Количество товара на рынке; 4. Совокупную общественную потребность в различных товарах с учетом платежеспособности покупателя;
4. Экономика предприятия - это: 1. Избранная технология производства; 2. Соотношение ресурсов на входе и выходе; 3. Состав и квалифицированный уровень кадров. 5. В состав оборотных средств предприятия входит: 1. Запасы материалов, запасных частей, топлива, готовой продукции на складе; 2. Оборотные фонды и фонды обращения; 3. Оборудование цехов, готовая продукция на складе; 4. Производственные запасы, незавершенное производство, фонды обращения, расходы будущих периодов. 6. К типам производственной системы относятся: 1. Предметный; 2. Технологический; 3.

Массовый;

4. Смешанный; 5. Серийный. 7. Главная цель рекламы: 1. Рост объема производства продукции; 2. Формирование спроса на конкретный вид продукции; 3. Повышение качества; 4. Снижение затрат на производство. 8. Уровень использования основных производственных фондов характеризуют? 1. Фондоотдача, фондаемость; 2. Фондооруженность труда; 3. Производительность труда. 9. Амортизация основных фондов - это 1. Износ основных фондов; 2. Процесс перенесения стоимости основных фондов на себестоимость изготавляемой продукции; 3. Восстановление основных фондов; 4. Расходы на содержание основных фондов. 10. Если производство в отрасли распределено между несколькими фирмами, контролирующими рынок, то такая структура рынка называется 1. Совершенной конкуренцией; 2. Монополистической конкуренцией; 3. Монополией; 4. Олигополией. 11. Какой показатель не участвует в формировании оптовой цены предприятия? 1. Уровень рентабельности, рассчитанный по производственным фондам; 2. Себестоимость единицы продукции; 3. Уровень рентабельности, рассчитанный по себестоимости. 12. Увеличение реальной заработной платы приводит 1. К увеличению индивидуального предложения труда; 2. К уменьшению индивидуального предложения труда; 3. Сначала к увеличению индивидуального предложения труда, затем к его уменьшению; 4. Сначала к уменьшению индивидуального предложения труда, затем к его увеличению. Тест 2: Расходы, доходы и рентабельность 1. Деление расходов на постоянные и переменные производится с целью: 1. Повышения технического уровня производства; 2. Определение для каждой конкретной ситуации объема реализации, обеспечивающего безубыточную деятельность; 3. Выделения цеховой, производственной и коммерческой себестоимости. 2. Базой для составления производственной программы является план производства продукции: 1. В натуральных измерениях; 2. В стоимостных измерителях;

3. В трудовых измерителях. 3. В качестве основных документов для финансового анализа являются: 1. Бухгалтерский баланс; 2. Отчет о прибыли и убытках; 3. Сведения об инвестициях; 4. Сведения о финансовом состоянии организации. 4. Рассматривая модель линейной зависимости общих переменных издержек от объемов производства, можно утверждать, что от объемов производства не зависят 1. Средние переменные издержки; 2. Средние постоянные издержки; 3. Средние валовые издержки; 4. Общие валовые издержки. 5. В состав арендной платы входят: 1. Отчисления от объема продаж; 2. Амортизационные отчисления; 3. Стоимость материальных ресурсов; 4. Часть прибыли; 5. Какие-либо другие составляющие; 6. Объектами управления являются: 1. Маркетинг; 2. Материальные ресурсы; 3. Производство; 4. Капитал; 5. Финансы. 7. Рентабельность продукции определяется 1. Отношением балансовой прибыли к объему реализованной продукции; 2. Отношением прибыли от реализации к выручке от реализации (без НДС и акциза); 3. Отношением балансовой прибыли к средней стоимости имущества предприятия; 4. Отношением балансовой прибыли к средней стоимости основных фондов и материальных оборотных средств. 8. Прибыль предприятия может быть рассчитана как: 1. Доходы минус налоги и амортизация; 2. Доходы минус заработка плата; 3. Доходы минус затраты на сырье и материалы; 4. Доходы минус совокупные издержки. 9. Какой из нижеперечисленных доходов называют предельным? 1. Выручку от реализации всей продукции; 2. Приращение валового дохода от продажи дополнительной единицы продукции; 3. Доход, рассчитанный на единицы данной продукции. 10. Понятие «коммерческая эффективность» инвестиционного проекта характеризует: 1. Результаты от осуществления проекта за расчетный период;

2. Превышение доходов федерального или местного бюджета над расходами в связи с осуществлением инвестиционного проекта; 3. Финансовые, социальные, экологические последствия реализации проекта; 4. Соотношение финансовых затрат и результатов от реализации проекта для его непосредственных участников. 11. Какие организации признаются коммерческими? 1. Любые организации, имеющие самостоятельный баланс или смету; 2. Любые организации, получающие прибыль, независимо от целей своей деятельности; 3. Организации, преследующие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли.

## **8.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации**

Задание 1 Планируемый образовательный результат ОПК 2. Способен учитывать

тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.1. Учитывает механизмы функционирования и тенденции развития системы общественных и государственных институтов Формулировка задания Составить блок-схему и оценить эффективность приведенной организационной структуры предприятия, предложить варианты оптимизации Вид и способ проведения промежуточной аттестации: письменный ответ Критерии оценивания и шкала оценивания:

Произведена верная оценка эффективности, сделан вывод – 2 балла. Предложен вариант оптимизации структуры – 3 балла. Рейтинг-контроль осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ.. Задание 2 Планируемый образовательный результат ОПК 2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности при освещении деятельности общественных и государственных институтов в медиапродуктах Формулировка задания Письменно ответить на вопросы, привести примеры:

1. Роль рекламы в коммерческом успехе издательства.
2. Рекламная кампания издательства и ее формирование.
3. Оценка эффективности рекламной кампании.
4. Информационное обеспечение книжного рынка:
  - 1) Тематическое планирование
  - 2) Система «Books in Print»
  - 3) Отраслевая печать: специализированные газеты и журналы
  - 4) Интернет
- 5) Адресная рассылка Вид и способ проведения промежуточной аттестации:

письменный ответ

Критерии оценивания и шкала оценивания: – Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 2 балла – Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенномуискажению смыс-ла – 1 балл – Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов Рейтинг-контроль осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ. Задание 3 Планируемый образовательный результат ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ОПК-5.1. Учитывает в своей деятельности совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Формулировка задания Составить PEST-анализ (по выбору студента): – издательского рынка – рекламного рынка – полиграфического рынка – рынка печатных СМИ Вид и способ проведения промежуточной аттестации: письменный ответ Критерии оценивания и шкала оценивания: – Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 2 балла – Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенномуискажению смыс-ла – 1 балл – Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов Рейтинг-контроль осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ . Задание 4 Планируемый образовательный результат УК 9. способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.1. Использует основные принципы экономического анализа (принцип альтернативных издержек, ценности денег с учетом фактора времени и т.п.). Формулировка задания Перечислите экономические факторы, которые влияют на деятельность организации. Вид и способ проведения промежуточной аттестации: письменный ответ Критерии оценивания и шкала оценивания: – Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 2 балла – Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенномуискажению смыс-ла – 1 балл – Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов

Рейтинг-контроль осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой

системе обучения в ТвГУ.. Задание 5 Планируемый образовательный результат УК 9. способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.2. Использует правовые базы данных и прочие ресурсы для получения информации о своих правах и обязанностях, связанных с осуществлением экономической политики государства. Формулировка задания

Какие виды договоров установлены ГК РФ с правообладателями исключительных прав на результат интеллектуальной деятельности? Вид и способ проведения промежуточной аттестации: письменный ответ Критерии оценивания и шкала оценивания: – Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 2 балла – Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенному искажению смысла – 1 балл – Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов Рейтинг-контроль осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ.. Задание 6 Планируемый образовательный результат УК 9. способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.3. Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом). Формулировка задания Рассчитайте себестоимость производства книги для заданных параметров. Вид и способ проведения промежуточной аттестации: письменный ответ Критерии оценивания и шкала оценивания: – Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 2 балла – Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенному искажению смысла – 1 балл – Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов Рейтинг-контроль осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ.. Задание 7 Планируемый образовательный результат УК 9. способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.4. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей. Формулировка задания Рассчитайте примерную розничную цену издания в соответствии с заданными параметрами. Вид и способ проведения промежуточной аттестации: письменный ответ Критерии оценивания и шкала оценивания: – Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 2 балла

– Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенному искажению смысла – 1 балл – Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов Рейтинг-контроль осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ.. Задание 8 Планируемый образовательный результат УК 9. способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.5. Контролирует собственные экономические и финансовые риски.  
(индикаторы компетенции) Формулировка задания Рассчитайте рентабельность издания с заданными параметрами. Вид и способ проведения промежуточной аттестации: письменный ответ Критерии оценивания и шкала оценивания: – Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 2 балла – Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенному искажению смысла – 1 балл – Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов

### **8.3. Требования к рейтинг-контролю**

Рейтинговый контроль знаний осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения в ТвГУ.

Качество усвоения обучающимся каждой дисциплины оценивается по 100-балльной шкале.

Интегральная рейтинговая оценка (балл) по каждому модулю (периоду обучения) складывается из оценки текущей работы обучающихся на занятиях лекционного и семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), оценки индивидуальной работы обучающихся и оценки за выполнение заданий рейтингового контроля успеваемости.

Максимальная сумма рейтинговых баллов по учебной дисциплине, заканчивающейся экзаменом, по итогам семестра составляет 60.

Обучающемуся, набравшему 40–54 балла, при подведении итогов семестра (на последнем занятии по дисциплине) в рейтинговой ведомости учета успеваемости и зачетной книжке может быть выставлена оценка «удовлетворительно».

Обучающемуся, набравшему 55–57 баллов, при подведении итогов семестра (на последнем занятии по дисциплине) в графе рейтинговой ведомости учета успеваемости «Премиальные баллы» может быть добавлено 15 баллов и выставлена экзаменационная оценка «хорошо».

Обучающемуся, набравшему 58–60 баллов, при подведении итогов семестра (на последнем занятии по дисциплине) в графе рейтинговой ведомости учета успеваемости «Премиальные баллы» может быть добавлено 27 баллов и выставлена экзаменационная оценка «отлично».

В каких-либо иных случаях добавление премиальных баллов не допускается.

Обучающийся, набравший до 39 баллов включительно, сдает экзамен.

Ответ обучающегося на экзамене оценивается суммой до 40 рейтинговых баллов.

Итоговая оценка складывается из суммы баллов, полученных за семестр, и баллов,

полученных на экзамене. Обучающемуся, который сдает экзамен, премиальные баллы не начисляются.

В университете действует следующая шкала пересчета рейтинговых баллов для дисциплин, заканчивающихся экзаменом:

от 40 до 69 – «удовлетворительно»;

от 70 до 84 – «хорошо»;

от 85 до 100 – «отлично».

## **9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **Рекомендуемая литература**

#### **Основная**

<b>Шифр</b>	<b>Литература</b>
Л.1.1	Толкаченко, Дюжилова О. М., Карасева, Экономика организаций, Тверь: Тверской государственный университет, 2021, ISBN: , URL: <a href="http://megapro.tversu.ru/megaPro/UserEntry?Action=FindDocs&amp;ids=5032556">http://megapro.tversu.ru/megaPro/UserEntry?Action=FindDocs&amp;ids=5032556</a>
Л.1.2	Осипова, Белогруд, Бережная, Бондаренко, Валишин, Жигун, Иванова, Кохова, Петроченко, Пуляева, Рязанцева, Сахарова, Смирнова, Соловова, Субочева, Танина, Экономика и социология труда. Практикум, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-534-05144-5, URL: <a href="https://urait.ru/bcode/536418">https://urait.ru/bcode/536418</a>
Л.1.3	Плисецкий, Еремеева, Иванова, Ильина, Курнышев, Лопатников, Макар, Плисецкий, Погребняк, Симагин, Черкасов, Региональная экономика, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-534-18233-0, URL: <a href="https://urait.ru/bcode/534689">https://urait.ru/bcode/534689</a>
Л.1.4	Мокий, Азоева, Ивановский, Экономика фирмы, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-534-12884-0, URL: <a href="https://urait.ru/bcode/535657">https://urait.ru/bcode/535657</a>
Л.1.5	Зельдович, Менеджмент в медиаиндустрии, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-534-12565-8, URL: <a href="https://urait.ru/bcode/542725">https://urait.ru/bcode/542725</a>

### **Перечень программного обеспечения**

1	Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows
2	Google Chrome
3	OpenOffice
4	Foxit Reader

**Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1	ИПС «Законодательство России»
2	БД Scopus
3	Репозитарий ТвГУ
4	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы)
5	ЭБС ТвГУ
6	ЭБС BOOK.ru
7	ЭБС «Лань»
8	ЭБС IPRbooks
9	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
10	ЭБС «ЮРАЙТ»
11	ЭБС «ZNANIUM.COM»
12	СПС "КонсультантПлюс"
13	СПС "ГАРАНТ"

**10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Аудит-я	Оборудование
4-26	компьютеры

**11. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ 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.

Контрольные вопросы к экзамену

1. Сущность и цели маркетинговой деятельности издательства. Концепции маркетинга. Планирование маркетинга.
  2. Издательская прибыль и себестоимость.
  3. Состав и структура себестоимости издательской продукции.
  4. Факторы, влияющие на себестоимость издательской продукции. Безубыточный тираж издания.
  5. Понятие планирования и бизнес-плана. Цели и задачи бизнес-планирования.
- Подготовка и использование бизнес-плана.
6. Издательство как фирма и книга как продукт. Рыночные условия и анализ сбыта. Производственный и оперативный планы в составе бизнес-плана.

7. Деловое расписание в бизнес-плане. Оценка издательских рисков. План финансирования издания.
  8. Финансовые потоки книготоргового предприятия. Финансовый менеджмент.
  9. Бухгалтерский учет и его разновидности. Переход на мировые формы бухгалтерской отчетности.
  10. Консалтинговые услуги книжному бизнесу. Применение аудита.
  11. Выбор обслуживающего банка. Безналичные и наличные расчеты.
  12. Зоны риска в книжной торговле.
  13. Ценообразование в книжном бизнесе: формирование издательской, оптовой и розничной цены на книжную продукцию.
  14. Отрасль книгоиздания как система взаимодействующих субъектов рыночной экономики. Функционирование издательств, полиграфии и книжной торговли в условиях рынка.
  15. Нормативно-правовая база издательской деятельности. Библиография и статистика книгоиздания. Информационное и научное обеспечение отрасли.
  16. Структура издательства. Основные части издательства: редакционная, производственная, служба реализации. Типовые организационные структуры: функциональная, товарная, рыночная, региональная.
  17. Основные специалисты издательства.
  18. Вспомогательные службы издательства. Их роль в работе издательства.
  19. Основные обязанности и права издательства. Обязательные экземпляры изданий и их виды. Основные и дополнительные выходные сведения.
  20. Сущность и содержание редакционно-издательского процесса. Подбор автора и авторского коллектива. План-проспект издания. Рецензирование: сущность и виды.
  21. Заключение договора с автором. Авторский гонорар. Авторский оригинал.
  22. Редактирование. Виды редакционной правки. Редакционные расходы.
  23. Художественное оформление издания. Гонорар за художественно-графические работы. Подготовка иллюстраций и обложки.
  24. Компьютерные технологии в книгоиздании.
  25. Основные положения авторского права. Последние изменения в законодательстве об авторском праве.
  26. Издательский портфель в организации работы издательства.
  27. Расходы на бумагу и переплетные материалы.
  28. Способы печати. Выбор способа печати. Печатные краски.
  29. Требования к качеству полиграфического исполнения. Контроль качества печати.
- Выбор полиграфического предприятия.
30. Переплетно-брошюровочные процессы. Основные типы обложек и переплетов.
  31. Понятие о продвижении товара на рынке. Система распространения книг.
- Типовые решения распространения книг на рынке. Экстенсивное, исключительное и выборочное распределение.
32. Прямые продажи. Варианты прямых продаж. Система «книга – почтой».
- Себестоимость заказа книги по системе «книга - почтой». Книжный клуб как книготорговое предприятие.
33. Продажа книг по телефону. Реализация книжной продукции через Интернет.
  34. Выбор партнера при реализации книг на рынке. Конструирование системы дилеров.
  35. Понятие рекламы и ее содержание в книжном деле. Виды рекламы: торговая, потребительская, кооперативная, сейлз промоушн.
  36. Система стимулирования сбыта. Выставки. Мерчендайзинг. Паблик рилейшнз. Директ-маркетинг.
  37. Средства распространения рекламы: пресса, радио, телевидение, информационные и рекламные листовки и буклеты, каталоги, плакаты, текст на обложке, суперобложке, переплете. Оформление рекламных сообщений.
  38. Структурирование рекламной кампании. Роль рекламы в коммерческом успехе издательства. Рекламная кампания издательства и ее формирование. Оценка эффективности рекламной кампании.

39. Информационное обеспечение книжного рынка: тематическое планирование, система « Books in Print », специализированные газеты и журналы, Интернет и адресная рассылка.
40. Комплектование библиотек и реализация им книг.
41. Реализация книжной продукции на специфических рынках: реализация научной, учебной школьной, детской литературы.
42. Букинистическая торговля.
43. Общие тенденции развития издательского дела за рубежом. Издательские фирмы и их типы. Организация издательской отрасли.
44. Каталоги-справочники по издательским фирмам. Профессиональные объединения издателей и профессиональные издательско-книготорговые журналы.
45. Международная роль ассоциаций. Специализированные ассоциации. Государственные органы, контролирующие издательскую деятельность. Государственная поддержка книгоиздания.
46. Специфика работы зарубежного издательства: литературные агенты, международные книжные ярмарки. Особенности авторского договора. Карманные издания и электронные книги.
47. Общие тенденции развития книжной торговли за рубежом. Автоматизированные системы телезаказа.
48. Фирмы промежуточного звена книжной торговли за рубежом: дистрибуторы, оптовики, транспортировка книг. Розничная книготорговля: книжные магазины, отделы супермаркетов, книготорговые сети, супермагазины (суперсторы).
49. Принцип единых твердых цен на книжную продукцию за рубежом. Составляющие розничной цены. Проблемы ценообразования на книжную продукцию.
50. Зарубежное сотрудничество в книжном бизнесе. Цели и задачи международных связей и пути их достижения.