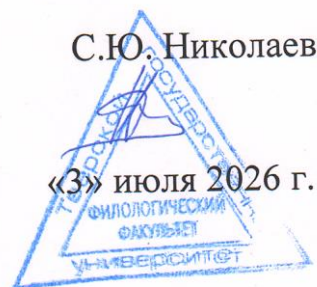


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Лельчицкий Игорь Давыдович
Должность: и.о. проректора по образовательной деятельности
Дата подписания: 20.07.2026 16:05:02
Уникальный программный ключ:
aa5b5ee17d97a2e4d94e98e985320af04f047ce2

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
ФГБОУ ВО «ТВЕРСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель ООП

С.Ю. Николаева



«3» июля 2026 г.

Рабочая программа дисциплины

Издательское планирование и управление издательским портфелем

Закреплена за кафедрой:	Филологических основ издательского дела и литературного творчества
Направление подготовки:	42.04.03 Издательское дело
Направленность (профиль):	Редакционная подготовка изданий
Квалификация:	Магистр
Форма обучения:	очная
Семестр:	2

Программу составил(и):

канд. филол. наук, доц., Глушков Сергей Владленович

Тверь, 2026

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины (модуля):

Целью освоения дисциплины является: формирование знаний, умений и навы-ков по управлению издательским портфелем, формированию круга авторов, страте-гии выпуска книжной продукции.

Задачи :

Задачи освоения дисциплины:

- ☐ изучить правила и методы работы с автором, формирования издательского портфеля и планов выпуска книжных изданий, основы авторского права;
- ☐ научиться разрабатывать маркетинговую стратегию продвижения изданий на рынке, составлять перспективный план деятельности издательства и план по-этапной подготовки изданий;
- ☐ овладеть навыками оценки книжного рынка, анализа потребительского спроса на печатную продукцию.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ОП: Б1.О

Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Освоение дисциплин:

- «Философия книги»,
- «Актуальные проблемы современной литературы и книгоиздания»,
- «Подготовка собрания сочинений»

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

- «Маркетинг-менеджмент в издательском деле»,
 - «Управление инновациями в издательском деле»,
- служит базой для подготовки ВКР

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Часов по учебному плану	108
в том числе:	
самостоятельная работа	76

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

ОПК-1.1: Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-1.2: Управляет процессом подготовки востребованных обществом и индустрией медиапродуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем

ОПК-7.1: Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности

ОПК-7.2: Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии издателя

УК-3.2: Организует и корректирует работу команды, в т.ч. на основе коллегиальных решений

УК-3.3: Разрешает конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон; создает рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде

УК-4.1: Устанавливает контакты и организует общение в соответствии с потребностями совместной деятельности, используя современные коммуникационные технологии

УК-4.2: Составляет в соответствии с нормами русского языка деловую документацию разных жанров

УК-4.5: Организует обсуждение результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском языке, выбирая наиболее подходящий формат

УК-4.6: Представляет результаты исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, участвует в академических и профессиональных дискуссиях на иностранном языке

5. ВИДЫ КОНТРОЛЯ

Виды контроля в семестрах:	
зачеты	2

6. ЯЗЫК ПРЕПОДАВАНИЯ

Язык преподавания: русский.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Сем.	Часов	Примечание
	Раздел 1. Издательский портфель: понятие, назначение.				
1.1	Договорный издательский портфель.	Пр	2	3	
1.2	Договорный издательский портфель.	Ср	2	7	
1.3	Редакционный издательский портфель	Пр	2	2	
1.4	Редакционный издательский портфель	Ср	2	7	
1.5	Производственный издательский портфель	Пр	2	2	
1.6	Производственный издательский портфель	Ср	2	7	
1.7	Портфельный запас	Пр	2	3	
1.8	Портфельный запас	Ср	2	9	
	Раздел 2. Объекты издательского планирования.				
2.1	План выпуска.	Пр	2	5	

2.2	План выпуска.	Ср	2	8	
2.3	План редакционной подготовки.	Пр	2	2	
2.4	План редакционной подготовки.	Ср	2	8	
	Раздел 3. Система измерительных величин.				
3.1	Система измерительных величин.	Пр	2	4	
3.2	Система измерительных величин.	Ср	2	8	
	Раздел 4. Экономические показатели издательского планирования				
4.1	Ассортимент издательской продукции.	Пр	2	3	
4.2	Ассортимент издательской продукции.	Ср	2	8	
4.3	Объём выпуска, тираж, листаж.	Пр	2	4	
4.4	Объём выпуска, тираж, листаж.	Ср	2	8	
4.5	Экономические показатели издательского планирования	Пр	2	4	
4.6	Экономические показатели издательского планирования	Ср	2	6	

Список образовательных технологий

1	Проектная технология
2	Дискуссионные технологии (форум, симпозиум, дебаты, аквариумная дискуссия, панельная дискуссия, круглый стол, фасилитированная и т.д.)
3	Информационные (цифровые) технологии

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации

Темы для рефератов и сообщений.
Классификация издательских и книготорговых структур.
Общие принципы управления издательством и книготорговым пред-приятием.
Маркетинг как специфическая функция управления.
Инновационный менеджмент на предприятии книжного дела.
Системный подход к организации управления в издательстве.
Выработка целей и стратегий развития фирмы и издательский портфель.
Основные функции управления в книжном деле: планирование, организация, мотивация, контроль.
Содержание, цели и задачи внутрииздательского планирования, виды планов.
Перспективное внутрииздательское планирование, его виды и цели.
Среднесрочное и текущее внутрииздательское планирование.
Организационные формы внутрииздательского планирования.
Особенности организационных структур менеджмента в издательствах и

книготорговых организациях на современном этапе.

Анализ результатов деятельности фирмы и контроль за действиями, необходимыми для достижения избранных целей.

Информационное обеспечение управления издательским портфелем.

Технология информационной деятельности (материально-техническая база, виды технических средств, виды информационных технологий, информационные базы данных).

Менеджмент в книжном деле: внутренняя и внешняя среда менеджмента

Содержание понятия «предпринимательская среда».

Анализ внутренней предпринимательской среды.

Анализ внешней предпринимательской среды (анализ рыночных отношений, анализ спроса и предложения, анализ продвижения товара на рынке, анализ требований потребителя к товару, анализ хозяйственных связей, анализ общеэкономических факторов).

Программа зачета

1. Методы оценки насыщенности книжного рынка различными видами издательской продукции.

2. Цели и задачи издательского планирования.

3. Основные принципы формирования издательского портфеля. Взаимодействие редактора и автора.

4. Редактор – руководитель проекта. Должностные обязанности.

5. Договорный издательский портфель.

6. Редакционный издательский портфель.

7. Производственный издательский портфель.

8. Взаимодействие издательства и полиграфического предприятия при планировании выпуска книг.

9. Взаимодействие издательства и книготорговых предприятий.

10. Портфельный запас: обеспечение планомерного выпуска книг.

11. Объекты издательского планирования.

12. Тематический план выпуска издательской продукции.

13. План редакционной подготовки изданий.

14. Правила расчёта объёма выпуска печатной продукции.

15. Ассортимент издательской продукции.

16. Коэффициент ёмкости условного печатного листа.

17. Авторский лист, учетно-издательский лист, печатный лист.

18. Среднеколичественные показатели объёма выпуска печатной продукции в издательском планировании.

19. Новые вызовы книжного рынка и их преодоление с помощью грамотного управления издательским портфелем.

20. Конкурентная среда как мотивационное поле для развития долго-срочной издательской стратегии творческого и делового мышления.

8.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации

8.3. Требования к рейтинг-контролю

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

Рекомендуемая литература

Перечень программного обеспечения

2	WinDjView
3	OpenOffice

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1	СПС "ГАРАНТ"
2	ЭБС «ЮРАЙТ»
3	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
4	ЭБС ТвГУ
5	Репозиторий ТвГУ

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Издательский портфель: понятие, назначение. Издательский портфель – это произведения в незавершенном производстве, находящиеся на разной стадии редакционно-издательской обработки. По месту нахождения произведений в незавершенном производстве издательские портфели делятся на договорный, редакционный и производственный.

Договорный издательский портфель. Сюда входят произведения, которые ещё создаются авторами по авторскому договору заказа, а также находящиеся у авторов на доработке или уже представленные в издательство, но не одобренные издательством. Сюда же относят авторские оригиналы произведений, поступивших в издательство самотёком, т.е. не по заказу издательства, но которые могут быть приняты к изданию.

Редакционный издательский портфель. Включает уже принятые к изданию, одобренные, но находящиеся на стадии редакционной обработки произведения.

Производственный издательский портфель. Состоит из произведений, находящихся на разных стадиях производственного процесса до сдачи тиража в книготорговую сеть или поступления его на склад издательства.

Портфельный запас. Размер каждого портфеля, выраженный в издательских листах, взятый на любой день подсчёта, называется портфельным запасом или остатком портфеля. Портфельный запас, обеспечивает нормальную работу издательства и планомерный выпуск книг. Нормативный портфельный запас определяется путём умножения среднего объёма одно-дневного выпуска в целом по издательству или по разделам выпускаемых книг (различающихся по трудоёмкости и сложности подготовки) на нормативный срок нахождения книг в портфеле (устанавливается в издательстве на основе опыта работы). Чтобы портфельные запасы обеспечивали стабильную работу издательства, необходимо постоянно восполнять портфельные запасы. Для этого существует план движения портфелей – план, по которому издательство определяет, каким должен быть объём пополнения каждого издательского портфеля.

Объекты издательского планирования. Объектами издательского планирования являются издания, находящиеся на разных стадиях подготовки и выпуска, а также материальные и финансовые ресурсы. Первостепенное значение при планировании работы издательства имеет план выпуска.

План выпуска. План выпуска – это перечень изданий, намеченных издательством к выпуску в течение определённого времени с основными характеристиками каждого издания, указанием способа печати, намечаемого срока выпуска, типографии, в которой размещен заказ, состояния издания на момент составления плана.

План редакционной подготовки. Для организации своевременной подготовки изданий к редакционной работе формируется ещё один план – план редакционной подготовки.

Система измерительных величин. Для целей планирования и учёта издательской продукции разработана своя система измерительных величин, которую используют при

определении количественных показателей вы-пуска, учёте движения материальных и финансовых ресурсов, при формировании себестоимости и отпускной цены, определении потребности в бу-маге и переплётных материалах, расчётах с полиграфическими предприятиями, а также для целей статистики. Издательская деятельность характеризуется такими показателями, как ассортимент выпуска, объём выпуска, тираж и листаж изданий.

Ассортимент издательской продукции. Ассортимент издательской продукции – это число изданий (названий), выпущенных одним издатель-ством, группой издательств или всеми издательствами страны за какой-то период. При этом каждый том многотомного издания считается отдельным изданием. В свою очередь, под изданием понимается произведение печати, полиграфически самостоятельно оформленное, прошедшее редакционно-издательскую обработку, имеющее установленные выходные сведения и предназначенное для передачи содержащейся в нём информации.

Объём выпуска, тираж, листаж. Тираж – общее число экземпляров издания, а общий тираж для данного издательства – сумма тиражей изданий, выпущенных издательством за определённый период. Единицами из-мерения объёма изданий являются авторский лист, учетно-издательский лист, печатный лист. Представление о масштабах деятельности того или иного издательства даёт такой показатель, как общий листаж выпущенной продукции, единицей измерения которого является печатный лист-оттиск.

Экономические показатели издательского планирования. Существуют показатели, которые помогают издателю ориентироваться в том, насколько экономично используетсякупаемая им для изданий бумага. Известно, что число печатных знаков в печатном листе (его ёмкость) не является ве-личиной постоянной. В зависимости от формата полосы набора, применяемого кегля шрифта, от некоторых других факторов, это число может быть различным. Поэтому используется такой показатель, как коэффициент ёмкости условного печатного листа. Чем выше этот коэффициент, тем вместительнее условный печатный лист. При планировании некоторых па-раметров издательской деятельности (например, издательской себестоимости) используются также средние количественные показатели (средний объём издания, средний тираж, средняя ёмкость, средний коэффициент ём-кости).