

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Институт филологии и социальных коммуникаций
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии
и социальных коммуникаций

Перетятая О.С.

« 12 » _____ 2024 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине
Издательский бизнес

Направление подготовки 42.03.03 Издательское дело (уровень бакалавриата)
Профиль: Редактор средств массовой информации
Квалификация выпускника – бакалавр
Форма обучения – очная
Курс – 2 (3 семестр)

Разработчик
канд. филос. н., доцент Серостанова О.Б.

Заведующий кафедрой журналистики
и издательского дела

Куянцева Е.А.
« 11 » _____ 2024 г., протокол № 5

Луганск, 2024

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины «Издательский бизнес» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов, освоивших программу дисциплины.

1.2. Цели и задачи фонда оценочных средств

Цель ФОС – установить соответствие уровня подготовки обучающегося требованиям ФГОС ВО бакалавриат по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 525 и Профессиональным стандартом, утвержденный Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 26.11.2020 г. № 1456.

1.3 Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения основной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на овладение следующих компетенций и индикаторов их достижения:

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения
Профессиональные	
ПК-30	ИД-1. ПК-30.1. Знает методы анализа спроса и предложения; логистическую инфраструктуру оптовой и розничной книжной торговли; способы распространения издательской продукции. ИД-2. ПК-30.2. Умеет анализировать спрос и предложение на рынке издательской продукции для формирования ассортимента; планировать эффективную ассортиментную политику с учетом различных факторов.

1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Тема 1. Экономико-правовые основы издательского бизнеса	ПК-30	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект
Тема 2. Организация управления книгоиздательской фирмой	ПК-30	Доклад. Презентация. Устный опрос
Тема 3. Работа издательства с автором	ПК-30	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект.
Тема 4. Издательский портфель в организации работы издательства	ПК-30	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект
Тема 5. Маркетинговая стратегия	ПК-30	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект
Тема 6. Продвижение книги на рынок	ПК-30	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект
Тема 7. Основные тенденции развития современного издательского бизнеса	ПК-30	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект
Промежуточная аттестация	ПК-30	Зачет

1.5 Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Результаты сформированности
ПК– 30	<p>знать современное состояние и тенденции развития издательского бизнеса; закон спроса и предложения;</p> <p>уметь оценивать книжный рынок, анализировать потребительский спрос на печатную продукцию, прогнозировать успешность издательских проектов;</p> <p>владеть базовыми навыками издательского планирования.</p>

1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид учебной работы	Количество баллов	
	ОФО	ЗФО
Устные ответы на практических занятиях	35	
Самостоятельная работа	10	
Контрольная работа	10	
Проект	20	
Зачет	25	
Всего	100	

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	83–89	В – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75–82	С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	63–74	Д – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат	

		ошибки	
Удовлетворительно	50–62	Е – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	21–49	FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	0–20	F – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

2.1. Оценочные средства текущего контроля

Вопросы для устного опроса

- Особенности предпринимательской деятельности в книжном деле.
- Деловая репутация в книжном бизнесе.
- Имидж издательской фирмы.
- Особенности книжного рынка.
- Законы спроса и предложения.
- Основной и оборотный капитал. Источники пополнения капитала. Доход, издержки, прибыль.
- Факторы, влияющие на величину прибыли.
- Законодательно-правовые акты в области предпринимательства и книжного дела.
- Документы правового регулирования предпринимательства в книгоиздательской деятельности. Виды договоров.
- Понятие, цели и задачи издательского планирования.
- Текущая (операционная), инвестиционная и финансовая деятельность издательства.
- Основные этапы издательского планирования.
- Методы планирования.
- Контроль.
- Виды издательского планирования.
- Сущность и задачи стратегического планирования.
- Понятие авторства.
- Субъект авторского права; имущественные и неимущественные права.
- Авторский договор. Его основные типы.
- Издательский портфель в организации работы издательства.

21. Понятие плана выпуска, ассортимента издательской продукции, тиража.
 22. Особенности формирования издательского портфеля.
 23. Роль редактора в формировании издательского портфеля.
 24. Исследование рыночной среды издательского дома.
 25. Определение потребностей целевой аудитории.
- Изучение конкурентов и их маркетинговых стратегий.

Практические задания (типовые задания)

1. Изучите процесс установления контрактных отношений в издательской деятельности. Подготовьте список вопросов, которые издательство должно учесть при взаимодействии с авторами, агентами и другими сторонами.
2. Продвижение произведений: разработайте маркетинговую стратегию для продвижения определенного произведения из издательского портфеля. Определите цель, целевую аудиторию, каналы продвижения и мероприятия, необходимые для достижения успеха произведения на рынке.

Темы проектов

1. Концепция и подготовка проекта издания литературно-художественного произведения современного автора.
2. Концепция и подготовка проекта издания научного сборника.
3. Концепция и подготовка проекта книжного издания для досуга.
4. Концепция и подготовка проекта научно-популярного издания.
5. Концепция и подготовка проекта переводного издания.
6. Концепция и подготовка проекта серии современной зарубежной прозы.
7. Методы продвижения издательской продукции в социальных сетях.
8. Методы стимуляции сбыта на книжном рынке.
9. Основы технологии брендинга в издательском деле.
10. Продвижение электронных изданий.

2.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету

1. Какие основные задачи стоят перед издательским бизнесом?
2. Каковы основные этапы процесса издания книги?
3. Какие риски существуют в издательском бизнесе?
4. Какие виды издательств существуют?
5. Какими правами владеет издатель?
6. Каковы основные источники дохода издательского бизнеса?
7. Каким образом можно оценить потенциал коммерческого успеха книги?
8. Какие качества и навыки требуются у издателя?
9. Какие стратегии маркетинга применяются в издательском бизнесе?
10. Какие технологии используются в современном издательском бизнесе?
11. Какие возможности предоставляют цифровые платформы для издательского бизнеса?
12. Какие факторы влияют на определение цены книги?
13. Какие особенности имеет издательский бизнес в разных странах?
14. Какие методы выборки и распределения книг применяются в издательском бизнесе?
15. Каким образом можно использовать статистические данные для развития издательского бизнеса?
16. Какие стратегии используются для выхода на международный рынок с изданием?
17. Каким образом издатель выплачивает автору гонорар?
18. Какие требования существуют к качеству и содержанию книги в издательском бизнесе?
19. Какие стратегии продвижения книги используются издателем?
20. Какие качества и характеристики должны быть у хорошего редактора?

21. Какие возможности предоставляют литературные агенты издателям?
22. Каким образом развивается издательский бизнес в эпоху цифровых технологий?
23. Какие факторы влияют на выбор издателя автором?
24. Какие стратегии применяются для управления распределением и сбытом книг?
25. Какие преимущества имеет самостоятельное издание книги?
26. Какой процент от продажи книги обычно получает автор?
27. Каким образом издатель может привлекать молодых и перспективных авторов?
28. Как осуществляется выбор литературных произведений для публикации?
29. Какие техники маркетингового исследования используются в издательском бизнесе?
30. Какие редакционные процессы проходит книга перед публикацией?
31. Каким образом можно организовать сотрудничество с иллюстраторами и дизайнерами в издательском бизнесе?
32. Какие факторы необходимо учитывать при разработке обложки книги?
33. Какими каналами дистрибуции можно воспользоваться в издательском бизнесе?
34. Какие возможности предоставляют аудиокниги для издательского бизнеса?
35. Какие тенденции и новшества существуют в издательском бизнесе?
36. Каким образом издатель может защитить книгу от пиратства и нелегального распространения?
37. Какие рекламные стратегии можно использовать для продвижения изданий?
38. Какие требования существуют к оформлению метаданных книги?
39. Как можно прогнозировать спрос на книгу перед ее публикацией?
40. Какие инструменты аналитики можно применять для издательского бизнеса?
41. Какие методы использовать для улучшения доступности книг для лиц с ограниченными возможностями?
42. Какие возможности предоставляют социальные сети для издательского бизнеса?
43. Каким образом можно использовать графические иллюстрации и визуализацию в книге?
44. Как оценить конкурентоспособность книги на рынке?
45. Какие платформы самоиздателей существуют и какой путь выбрать автору?
46. Каким образом издательство может развиваться в условиях снижения печатной грамотности?
47. Какие стратегии применять для развития взаимовыгодных отношений с авторами?
48. Какие методы редактирования текста используются в издательском бизнесе?
49. Как сформулировать уникальное предложение книги (USP)?
50. Какие преимущества имеет сотрудничество с литературными агентами для издателей?
51. Каким образом издатели могут привлекать финансирование для публикации книг?
52. Какие основные правовые нормы регулируют издательский бизнес?
53. Что такое авторское право и как оно применяется в издательском бизнесе?
54. Какие обязанности и права у издателя в рамках авторского права?
55. Какие требования к контенту выпускаемых издательством публикаций существуют с точки зрения права?
56. Какие ограничения существуют на использование имени или изображения конкретного человека в публикациях?
57. Какие правила касаются редактирования и цензуры текстов в издательстве?
58. Какое правовое регулирование существует в отношении распространения печатных изданий?
59. Какие обязанности и права учитываются при организации распространения издательских материалов?
60. Какие формы соавторства или совместной деятельности возможны в издательской сфере?
61. Какие основные требования к оформлению контрактов и договоров в издательском бизнесе?
62. Каким образом решаются споры, связанные с правами на издания?

63. Какие обязательства накладываются на издательства в отношении сохранения фондов и интеллектуальной собственности?
64. Какие права учитываются при создании и продвижении электронных изданий?
65. Существуют ли особые правовые нормы, регулирующие распространение литературных произведений для детей?
66. Какие законы регулируют рекламу в издательской сфере?
67. Какие ограничения существуют на публикацию материалов, содержащих коммерческую информацию или рекламу?
68. Каковы правовые нормы в отношении интеллектуальной собственности, когда речь идет об издательстве научных или исследовательских работ?
69. Каким образом регулируется доступ к значимым документам и архивам в издательском бизнесе?
70. Существует ли ответственность издателя за публикацию недостоверной или клеветнической информации?
71. Какие судебные процессы могут возникнуть в связи с нарушением авторских прав в издательской сфере?
72. Что такое плагиат и какова ответственность за его использование в публикациях?
73. Каким образом регулируется распространение электронных книг и аудиокниг?
74. Какие правовые нормы регулируют создание и обнародование публичных выступлений или лекций?
75. Какие требования существуют к оформлению библиографических ссылок в издательских материалах?
76. Какие основные правила регулируют вопросы регистрации и выдачи ISBN для книг и других изданий?
77. Какие требования к государственной регистрации издательств и их деятельности существуют?
78. Какое правовое регулирование деятельности редакторов и редакционных коллегий?
79. Каким образом регулируется издательская деятельность в интернете и национальных сетях?
80. Какие правовые ограничения на использование материалов издательства в академических работах и исследованиях?
81. Какие нормы регулируют вопросы перевода и публикации литературных произведений на другие языки?
82. Что такое право на информацию и как оно связано с издательским бизнесом?
83. Какие требования к правовой регистрации издательских марк и торговых знаков существуют?
84. Каким образом регулируется деятельность журналистов и издательского бизнеса в рамках свободы слова?
85. Какие ограничения существуют на публикацию материалов, содержащих конфиденциальную информацию или государственные секреты?
86. Какое правовое регулирование существует в отношении издания и распространения книг с религиозным содержанием?
87. Каким образом регулируется выпуск и распространение изданий для научной и учебной литературы?
88. Какие права и обязанности у автора в отношении издательства своих работ?
89. Каким образом регулируется судьба издательств в случае их реорганизации или ликвидации?
90. Какие права и обязанности учитываются при тиражировании и формировании тиража печатных изданий?
91. Каковы правовые ограничения на использование фотографий, иллюстраций и других визуальных материалов в издательствах?
92. Что такое "право первой публикации" и как оно связано с издательским бизнесом?

93. Как регулируется реклама в печатных изданиях и на их электронных версиях?
94. Какие правовые нормы регулируют отношения между авторами и издателями в случае коллективного создания произведения?
95. Каким образом регулируется продажа и распространение изданий и книг через интернет?
96. Какие правила существуют для распространения печатных изданий за пределами страны и экспорта книг?
97. Каким образом регулируется печать и выпуск газет, журналов и других периодических изданий?
98. Какие требования и ограничения существуют на распространение и продажу порнографических материалов?
99. Какие правовые основы регулируют выпуск и распространение электронных журналов и газет?
100. Какие правовые требования существуют на обязательное копирование и хранение издательских материалов?
101. Каким образом регулируется авторское право при перепечатке и адаптации литературных произведений для сценических постановок или экранизаций?
102. Какие основные этапы включает планирование работы издательства?
103. Какие факторы следует учесть при планировании работы издательства?
104. Какие инструменты и методы можно использовать при планировании работы издательства?
105. Каким образом определяется продолжительность планируемых проектов издательства?
106. Как оценить стоимость и бюджет проекта издательства при планировании?
107. Какие мероприятия могут быть запланированы для рекламы и маркетинга издательства?
108. Какова роль планирования в управлении ресурсами издательства?
109. Какие виды анализа могут быть проведены при планировании работы издательства?
110. Как измерить и оценить успешность планирования работы издательства?
111. Какие подходы можно использовать для оптимизации процесса планирования работы издательства?
112. Какое влияние имеют сезонные и временные факторы на планирование работы издательства?
113. Как реагировать на изменения и неожиданности во время выполнения плана издательства?
114. Какие задачи и цели следует формулировать при планировании работы издательства?
115. Какую роль играют социальные и культурные аспекты при планировании работы издательства?
116. Каким образом можно учесть мнение и предпочтения потенциальных читателей при планировании издательской деятельности?
117. Как разработать эффективный график процесса планирования работы издательства?
118. Какие риски связаны с планированием работы издательства и как их учитывать?
119. Какова роль коммуникации и сотрудничества при планировании работы издательства?
120. Какие технические аспекты нужно учесть при планировании работы издательства?
121. Какие стратегические и тактические решения могут быть приняты в ходе планирования работы издательства?
122. Какие особенности связаны с планированием деятельности онлайн-издательств?
123. Каким образом планирование работы издательства может влиять на его финансовое положение?

124. Какие методы и инструменты можно использовать для прогнозирования спроса на издания при планировании?
125. Какие издательские форматы и жанры нужно учесть при планировании работы издательства?
126. Как установить приоритеты при планировании работы издательства?
127. Какие методы контроля и оценки выполнения плана работы издательства можно применить?
128. Какие тренды и новации в издательской индустрии следует учитывать при планировании работы издательства?
129. Какие меры могут быть предприняты для уменьшения рисков, связанных с планированием работы издательства?
130. Какие сроки и дедлайны могут быть установлены для разных этапов планирования работы издательства?
131. Как планирование работы издательства связано с формированием его имиджа и бренда?
132. Какие методы и инструменты можно использовать для сбора и анализа информации при планировании работы издательства?
133. Как сбалансировать потребности авторов и потребителей при планировании работы издательства?
134. Какие принципы и правила следует соблюдать при планировании работы издательства?
135. Какие ограничения могут возникнуть при планировании работы издательства и как с ними справиться?
136. Какие рекомендации можно дать для оптимального использования ресурсов издательства при планировании?
137. Какие ключевые факторы влияют на успех планирования работы издательства?
138. Какими методами можно определить конкурентное преимущество издательства при планировании работы?
139. Какие стандарты и нормативы следует учитывать при планировании работы издательства?
140. Каким образом можно прогнозировать изменение потребностей рынка и адаптировать план работы издательства соответственно?
141. Какие командные процессы и структуры могут быть продуманы при планировании работы издательства?
142. Какие методы и инструменты можно использовать для оценки эффективности рекламных и маркетинговых кампаний при планировании работы издательства?
143. Какие параметры и критерии оценки проектов издательства могут быть определены в процессе планирования?
144. Какие действия следует предпринять, если планирование работы издательства не оправдало ожидания?
145. Какие меры можно предпринять для повышения эффективности планирования работы издательства?
146. Какие методы управления рисками могут быть использованы при планировании работы издательства?
147. Какие инструменты и подходы можно использовать для учета изменений внешней среды при планировании работы издательства?
148. Какие преимущества может иметь использование информационных систем при планировании работы издательства?
149. Какие мероприятия могут быть запланированы для разработки и совершенствования продукции издательства?
150. Какие методы и инструменты позволяют оптимизировать процедуры и процессы планирования работы издательства?

151. Какие последствия могут возникнуть при отсутствии или неправильном планировании работы издательства?
152. Как издательство определяет цены на свои издания?
153. Какие факторы влияют на формирование цен на книги?
154. Какие стратегии ценообразования применяются в издательской деятельности?
155. Как издательство учитывает затраты на печать, продвижение и распространение книг при определении цен?
156. Какие методы ценового дифференцирования применяются в издательской отрасли?
157. Как издательство реагирует на изменения спроса и предложения при установлении цен?
158. Как варьируются цены на издания в зависимости от формата (бумажная книга, электронная книга, аудиокнига)?
159. Какие преимущества и недостатки связаны с использованием различных стратегий ценообразования в издательском бизнесе?
160. Как влияет конкуренция на ценовую политику издательства?
161. Как издательство балансирует между максимизацией прибыли и доступностью книг для широкой аудитории?
162. Как влияет ценовая политика на репутацию и восприятие издательства в обществе?
163. Какие изменения в ценовой политике издательства могут повлиять на продажи и доходность?
164. Какие факторы внешней среды могут влиять на ценовую политику издательства?
165. Как издательство обосновывает уровень цен на свои продукты?
166. Как варьируется ценовая политика издательства для разных жанров книг?
167. Как влияет ценообразование на продажи новых авторов и авторов с уже установленной популярностью?
168. Как издательство реагирует на изменения налогового законодательства в контексте ценовой политики?
169. Как влияют скидки и акции на ценовую политику издательства?
170. Как издательство учитывает различия в ценовой политике для разных регионов и стран?
171. Какие меры принимаются издательством для снижения издержек и стабилизации цен?
172. Какие методы маркетингового исследования использует издательство для определения оптимального уровня цен?
173. Как издательство учитывает ценовые ожидания и предпочтения потребителей при формировании цен?
174. Какие риски связаны с установлением слишком высоких или низких цен на издания?
175. Каким образом ценообразование влияет на доходность и рентабельность издательства?
176. Как издательство реагирует на изменения в себестоимости производства книг и материалов?
177. Какие этические аспекты связаны с ценовой политикой издательства?
178. Как издательство учитывает конкурентную среду при формировании цен?
179. Как изменяется ценовая политика издательства в связи с внедрением новых технологий и цифровых форматов?
180. Какие принципы издательство придерживается при установлении цен на образовательные и учебные материалы?
181. Как варьируется ценовая политика издательства для разных категорий потребителей (частные лица, библиотеки, учебные заведения)?
182. Какие методы продвижения книг на рынок существуют?
183. Какие роли играют реклама и маркетинг в продвижении книги?

184. Как определить целевую аудиторию для продвижения книги?
185. Какова роль социальных сетей в продвижении книг на рынок?
186. Какие онлайн-платформы можно использовать для продвижения книг?
187. Какова роль книжных блогеров и обзорщиков в продвижении книг?
188. Как создать эффективный книжный трейлер для продвижения книги?
189. Какова роль книжных мероприятий и фестивалей в продвижении книг?
190. Какие методы PR-поддержки можно использовать для продвижения книги?
191. Какова роль сотрудничества с книжными магазинами и онлайн-ресурсами в продвижении книг?
192. Как использовать инфлюенсер-маркетинг для продвижения книг?
193. Какие методы можно использовать для продвижения электронных книг?
194. Какие возможности предоставляют платформы самоиздательства для продвижения книг?
195. Какие рекламные бюджеты обычно требуются для успешного продвижения книги?
196. Как выбрать правильные ключевые слова и фразы для продвижения книги в поисковых системах?
197. Какие методы можно использовать для продвижения книжного сериала?
198. Какие рекламные форматы наиболее эффективны для продвижения книги?
199. Какие ошибки стоит избегать при продвижении книги?
200. Какова роль рецензий и отзывов читателей в продвижении книги?
201. Как использовать email-маркетинг для продвижения книг?
202. Какие специализированные каналы продвижения книги существуют для определенных жанров (например, детской литературы, научно-популярных книг и т.д.)?
203. Как заинтересовать блогеров и журналистов в продвижении книги?
204. Как использовать социальные медиа-кампании для продвижения книг?
205. Как выбрать подходящий заголовок и описание для книги, чтобы привлечь внимание читателей?
206. Какие методы продвижения книги могут быть особенно эффективны для независимых авторов?
207. Какие возможности предоставляет реклама на Amazon для продвижения книг?
208. Как использовать бесплатные акции и скидки для продвижения книги?
209. Какие методы можно использовать для продвижения книги на международном рынке?
210. Какие роли играют литературные агенты и издатели в продвижении книги?
211. Какие новые тенденции и инструменты существуют в продвижении книг на рынок?