

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»)**

Структурное подразделение Институт физико-математического
образования, информационных и обслуживающих технологий
Кафедра экономики

УТВЕРЖДАЮ

Директор института

_____ Горбенко Е.Е.

«___» _____ 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы маркетинга и менеджмента

По направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело
(уровень бакалавриата)

Профиль: Редактор средств массовой информации

Квалификация выпускника - бакалавр

Форма обучения - очная

Курс – ОФО - 4 (7 семестр)

Луганск, 2021

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело (Профиль: Редактор средств массовой информации) очной, заочной форм обучения.

Составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 525

СОСТАВИТЕЛЬ:

канд. экон. наук, доцент кафедры экономики ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет» **Куделя Лариса Владимировна**

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры экономики от «___» _____ 20__ г., протокол № ____.

И.о. заведующего кафедрой _____ Н.Н. Скороход

ОДОБРЕНА на заседании учебно-методической комиссии

Института физико-математического образования,
информационных и обслуживающих технологий
от «___» _____ 20__ г., протокол № ____

Председатель учебно-методической комиссии

Института физико-математического образования, информационных
и обслуживающих технологий _____ О.В. Давыскиба

СОГЛАСОВАНА:

И.о. заведующего учебно-методическим отделом _____ В.В. Савенков

«___» _____ 20__ г.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины – формирование целостной системы теоретических знаний относительно системы маркетинга и менеджмента, получение практических умений и навыков деятельности на рынке издательской продукции для максимального удовлетворения потребительского спроса.

Задачами изучения дисциплины являются:

- 1) изучение истории развития, современных концепций, принципов и функций маркетинга и менеджмента;
- 2) освоение теории менеджмента и маркетинговой методики, основанной на систематическом поиске и анализе информации, планомерном использовании согласованных инструментов организации рыночных процессов;
- 3) формирование представлений о комплексе маркетинга в книжном деле, взаимодействии его основных элементов: политики формирования товарного предложения; политики сбыта, ценовой политики, коммуникационной политики;
- 4) овладение навыками планирования, организации и контроля маркетинговой деятельности издательских и торгово-посреднических отраслевых предприятий.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» относится к вариативной части дисциплин профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.03 «Издательское дело».

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин: «Экономическая теория», «Реклама книги» и «Практическая стилистика».

Дисциплина является основой для изучения следующих дисциплин: следующих дисциплин: «Основы медиа образования», «Лингвистические особенности у публицистического текста», «Стилистика», «Язык и стиль».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Студенты, завершившие курс изучения дисциплины должны

знать:

- 1) теорию менеджмента и маркетинга;
- 2) основные процессы формирования товарной, ценовой, дистрибьюторской и коммуникационной политики предприятий издательско-книготорговой отрасли;
- 3) маркетинговые мероприятия по продвижению издательской продукции;
- 4) процесс товародвижения и особенности товародвижения издательской продукции.
- 5) понятие эластичности по цене применительно к издательской продукции и факторы, влияющие на уровень эластичности спроса;
- 6) типовые организационные структуры организации маркетинга и менеджмента предприятий сферы издательств.

уметь:

- 1) использовать методы маркетинговых исследований для изучения рынка издательской продукции;
- 2) выявлять покупательский спрос на издательскую продукцию и оценивать конъюнктуру ее рынка;
- 3) участвовать в формировании маркетинговой стратегии предприятия издательско-книготорговой отрасли;
- 4) проводить маркетинговые мероприятия по продвижению издательской продукции;
- 5) работать с клиентской базой предприятия издательско-книготорговой отрасли;

б) использовать теории менеджмента в издательском деле.

владеть:

- 1) навыками технологии организации маркетинговой деятельности с учетом специфики отрасли;
- 2) методикой изучения покупательского спроса на издательскую продукцию и оценки конъюнктуры ее рынка.
- 3) методами маркетинговых исследований в издательском деле;
- 4) навыками анализа конъюнктуры рынка издательской продукции;
- 5) методикой изучения покупательского спроса на издательскую продукцию;
- 6) методикой формирования репертуара (ассортимента) предприятий издательско-книготорговой отрасли.

4. Структура и содержание учебной дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объём часов/зач. ед.
	Очная форма
Общая учебная нагрузка	72/2
Обязательная аудиторная учебная	-
Нагрузка (всего часов), в том числе %	
Лекции	12
Семинарские занятия	
Практические занятия	12
Лабораторные работы	
Контрольные работы	4
Другие формы организации учебного процесса	
Самостоятельная работа студента (всего часов)	44
Форма аттестации	зачёт

4.2. Содержание разделов учебной дисциплины

Тема № 1. Основные принципы маркетинговой концепции издательств.

1. Цель и задачи предмета «Маркетинг в издательском деле».
2. Особенности маркетинга в издательском деле. Место маркетинга в структуре издательско-полиграфического комплекса.

3. Система организации службы маркетинга в издательствах.

Тема № 2. Конъюнктура и маркетинговые исследования книжного рынка.

1. Экономическая конъюнктура. Конъюнктура книжной торговли.
2. Спрос. Основные понятия в измерении спроса.
3. Емкость книжного рынка.

Тема № 3. Модели и концепции книжного рынка и ценовая политика издательств.

1. Модели и концепции книжного рынка.
2. Цели и задачи ценовой политики книжного рынка.
3. Модели книжных рынков: монополия, свободная конкуренция, олигополия, монополистическая конкуренция.

4. Методы установления ценообразования книжного рынка.

Тема № 4. Продвижение издательской продукции.

1. Варианты маркетинговых каналов распространения товаров.

2. Методы реализации продукта на рынке. Оптовая и розничная книжная торговля. Книжные ярмарки.
3. Информационно-рекламное обеспечение книжного маркетинга.
4. Варианты товарной стратегии в зависимости от степени охвата рынка.

Тема № 5. Менеджмент как вид человеческой деятельности и как наука.

1. Менеджмент как специфический вид человеческой деятельности. Менеджмент и организация.
2. Значение термина «менеджмент» и его различные трактовки. Менеджмент и предпринимательство.
3. Цели и задачи менеджмента. Виды менеджмента. Менеджмент как наука и как искусство.

Тема № 6. Менеджер в издательской деятельности: его деятельность, личность и профессиональная этика.

1. Особенности управленческого труда. Объект и субъект управления. Классификация объекта управления.
2. Уровни управления по Пирсону: технический, управленческий, институциональный. Уровни управления в малых и крупных фирмах.
3. Основные роли и функции, выполняемые современными менеджерами.
4. Требования, предъявляемые к менеджеру (требования к профессиональной компетенции и личностным качествам).

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Основные принципы маркетинговой концепции издательств.	2	
2	Конъюнктура и маркетинговые исследования книжного рынка.	2	
3	Модели и концепции книжного рынка и ценовая политика издательств.	2	
4	Продвижение издательской продукции.	2	
5	Менеджмент как вид человеческой деятельности и как наука.	2	
6	Менеджер в издательской деятельности: его деятельность, личность и профессиональная этика.	2	
Итого:		12	

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Основные принципы маркетинговой концепции издательств.	2	
2	Конъюнктура и маркетинговые исследования книжного рынка.	2	
3	Модели и концепции книжного рынка и ценовая политика издательств.	2	
4	Продвижение издательской продукции.	2	
5	Менеджмент как вид человеческой деятельности и как наука.	2	

6	Менеджер в издательской деятельности: его деятельность, личность и профессиональная этика.	2	
Итого:		12	

4.5. Лабораторные занятия - не предусмотрены.

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1	Основные принципы маркетинговой концепции издательств.	Подготовка к семинару. Доклады и рефераты.	8	
2	Конъюнктура и маркетинговые исследования книжного рынка.	Подготовка к семинару. Доклады и рефераты.	8	
3	Модели и концепции книжного рынка и ценовая политика издательств.	Подготовка к семинару. Доклады и рефераты.	8	
4	Продвижение издательской продукции.	Подготовка к семинару. Доклады и рефераты.	8	
5	Менеджмент как вид человеческой деятельности и как наука.	Подготовка к семинару. Доклады и рефераты.	4	
6	Менеджер в издательской деятельности: его деятельность, личность и профессиональная этика.	Подготовка к семинару. Доклады и рефераты.	8	
Итого:			44	

Самостоятельная работа студентов в ходе семестра является важной составной частью учебного процесса и необходима для закрепления и углубления знаний, полученных в период сессии на лекциях, практических и интерактивных занятиях, а также для индивидуального изучения дисциплины в соответствии с программой и рекомендованной литературой.

Самостоятельная работа выполняется в виде подготовки домашнего задания или сообщения по отдельным вопросам и написания рефератов и подготовки презентаций к ним.

Контроль качества самостоятельной работы может осуществляться с помощью устного или письменного опроса на лекциях или практических занятиях, проверки рефератов.

Устные формы контроля помогут оценить владение студентами жанрами научной речи (дискуссия, сообщение, доклад и др.), в которых раскрывается умение студентов передать нужную информацию, грамотно использовать языковые средства, а также ораторские приемы для контакта с аудиторией.

Письменные работы помогут преподавателю оценить владение источниками, научным стилем изложения, для которого характерны: логичность, точность терминологии, обобщенность и отвлеченность, насыщенность фактической информацией.

4.7. Курсовые работы – не предусмотрены.

5. Методическое обеспечение, образовательные технологии

В процессе преподавания данной дисциплины используются как классические методы обучения (лекции, семинары, практические занятия), так и различные виды самостоятельной работы студентов по заданию преподавателя, которые направлены на формирование:

- общепрофессиональных компетенций студента;
- практических навыков поиска необходимой информации для подготовки обоснования принимаемых управленческих решений;
- творческого мышления в процессе решения конкретной ситуационной задачи, которая касается анализа социальной информации организаций.

6. Формы контроля освоения учебной дисциплины

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем(ями), ведущими семинарские / практические занятия, лабораторные работы по дисциплине в различных формах: опрос, промежуточные срезы, самостоятельная работа, контрольная работа, зачёт.

Промежуточный контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме устного экзамена, включает в себя ответы на теоретические вопросы по дисциплине.

Система накопления баллов по видам работ отражается в таблице:

**Система оценивания учебных достижений студентов
очной формы обучения**

Вид учебной работы	Количество баллов
2 семестр	
Устные ответы на семинарских занятиях	40
Решение тестовых заданий	10
Написание реферата	20
Самостоятельная работа	10
Зачёт	20
Итого за семестр:	100
Всего за год	100

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырёх бал- льная система оценивания экзамена	100- балль ная шкал а	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	
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	Зачтено
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	D – 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	E – 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.	

7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Баронин С.А. Основы менеджмента, планирования и контроллинга в недвижимости: Учебное пособие / С.А. Баронин. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 160с.
2. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. В 2-х т. Основы финансового менеджмента / И.А. Бланк. – М.: Омега-Эльга, 2017. – 1330с.
3. Бачило С.В., Есинова И.В., Мишина Л.А. Директ-маркетинг: учебно-практическое пособие/ С.В. Бачило, И.В. Есинова, Л.А. Мишина. – М.: Дашков и К, 2017. –212с.

б) дополнительная литература:

1. Ашмарина С.И. Менеджмент: учебник / [С. И. Ашмарина и др.]; под редакцией С. И. Ашмариной. – М.: Рид Групп 2016. – 572с.
2. Балшин И.В. Менеджмент: пособие / И. В. Балдин, Г. Е. Ясников. – Минск: БГЭУ, 2017. – 305 с.
3. Зиновьев В.Н. Менеджмент: учебное пособие / В. Н. Зиновьев, И. В. Зиновьева. – М.: Дашков и К, 2017. – 477с.
4. Коротков Э.М. Основы менеджмента: учебное пособие / Э.А. Коротков, И.Ю. Солдаков. – К.: Академцентр, 2016. – 272с.
5. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для бакалавров / Э. М. Коротков. – М.: Юрайт, 2016. – 640с.
6. Костин В. А. Менеджмент: учебное пособие / В. А. Костин, Т. В. Костина. – М.: Гардарики, 2017. – 334с.
7. Круи М. Основы риск – менеджмента / М. Круи, Д. Галай, Р. Марк. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 390с.
8. Круглова Н. Ю. Основы менеджмента: учебное пособие / Н. Ю. Круглова. – М.: Кно Рус, 2018. – 499с.
9. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг/ Р.А. Фатхудинов// 2-е изд., перераб. и доп. – СПб: Питер, 2012. - 448с.

в) Интернет-ресурсы:

1. <https://abium24.ru/spisok-literatury-po-menedzhmentu>.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины используются следующие помещения корпус № 2, мультимедийная учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации № 353.

Оснащенность помещений для самостоятельной работы: комплект учебной мебели, комплект рабочего места преподавателя, меловая доска, проектор Benq, настенный экран, компьютер.

Перечень используемого программного обеспечения: операционная система: Ubuntu Desktop 18.04 LTS, Интернет: Chromium, Mozilla Firefox. Графика: GIMP, Офис: Apache Open Office, Dfmod. Разное: Oracle-Java8, K3b, WINE.

Университет располагает научно-информационным библиотечным центром, обладающим научными изданиями по проблемам теории менеджмента и управления персоналом на предприятии к которой обеспечен доступ каждому студенту.

Имеется доступ к современным профессиональным базам данных, информационно-справочным и поисковым системам.

Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями научной литературы и специализированными периодическими изданиями, а также официальными, справочно-

библиографическими изданиями, необходимыми для осуществления научно-исследовательской деятельности.

Компьютерные классы имеют необходимый комплекс программных средств и обеспечивают предоставление необходимого рабочего времени для подготовки различных проектов и заданий по дисциплине.

Раздаточный материал предоставляется студентам на бумажных и электронных носителях.

9. Лист дополнений и изменений

№ п/п	Дата внесения изменения / дополнения	Основание	Содержание изменения / дополнения	Лица, подтверждающие изменение / дополнение	
				Заведующий кафедрой (Фамилия, инициалы, подпись)	Директор / декан (Фамилия, инициалы, подпись)