

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

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

Филологический факультет
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Декан филологического факультета

О.С. Перетятая

« 30 » августа 2021 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

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

Организация управления международной
деятельностью в издательском бизнесе

По направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело (уровень
бакалавриата)

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная

Курс – ОФО 2 курс (3 семестр)

Разработчик

канд. филол. наук, доцент

Куянцева Е.А.

И.о. заведующего кафедрой

журналистики и издательского дела

Дроздова А.В. Дроздова

« 26 » августа 2021 г., протокол № 1

Луганск, 2021

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения основной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на овладение следующими компетенциями:

Общекультурных:

ОК-4 – способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности.

Общепрофессиональных:

ОПК-1 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Профессиональных:

ПК-29 – способностью взаимодействовать с рекламодателями и рекламными агентствами.

1.2. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Издательский портфель: понятие, назначение	ОК-4, ОПК-1, ПК-29	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Договорный издательский портфель Редакционный издательский портфель Производственный издательский портфель	ОК-4, ОПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Объекты издательского планирования План выпуска. План редакционной подготовки	ОПК-1, ПК-29	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Система измерительных величин. Объём выпуска, тираж, листаж	ОПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Ассортимент издательской продукции	ОК-4, ОПК-1, ПК-29,	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Экономические показатели издательского планирования	ОК-4, ОПК-1, ПК-29	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Промежуточная аттестация	ОК-4, ОПК-1, ПК-29	Зачет (устный)

1.3. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ОК-4	Знать: значение и функции права в формировании издательского бизнеса; особенности правовой системы РФ и ЛНР; Уметь: использовать нормативно-правовые знания при осуществлении профессиональной деятельности. Владеть: навыками поиска требуемой правовой информации;

	навыками составления базовых документов правового характера.
ОПК-1	<p>Знать: основы системы информационной и библиографической культуры; основы информационно-коммуникационных технологий; основные требования информационной безопасности при решении задач профессиональной деятельности; специфику различных требований, предъявляемых к информационной безопасности</p> <p>Уметь: анализировать библиографический и информационный материал, используя информационно-коммуникационные технологии; определять стандартные задачи профессиональной деятельности с учетом основных требований информационной безопасности</p> <p>Владеть: навыками анализа профессионально-практической деятельности работы с использованием основных требований информационной безопасности с применением информационно-коммуникационных технологий</p>
ПК-29	<p>Знать: основные способы продвижения издательской продукции, в том числе с помощью инновационных технологий: через социальные сети, booktube и т.д.; специальную терминологию; основные процессы коммуникационной политики; теоретические основы современной системы маркетинговых коммуникаций при продвижении издательской продукции;</p> <p>Уметь: разрабатывать рекламный текст; формулировать цели и задачи рекламы издательского продукта; формулировать цели и задачи коммуникационной деятельности как составляющей маркетинговой стратегии в продвижении издательской продукции;</p> <p>Владеть: навыками общения с читательской аудиторией; информацией о рынке сбыта; навыками анализа конкурентной среды; знанием коммуникационных характеристик основных и синтетических средств системы маркетинговых коммуникаций при продвижении издательской продукции; навыками подготовки рекламных мероприятий по продвижению продукции.</p>

1.4. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Система оценивания учебных достижений бакалавров
очной формы обучения

Система оценивания учебных достижений студентов

Вид учебной работы	Количество баллов
4 семестр	
Выполнение и защита практических работ	30
Подготовка и выступление с докладом, речью	20
Выполнение контрольной работы	20
Зачет	30
Итого	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	Не зачтено

		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	
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 (типовые)

Вопросы для устного опроса

1. Издательский портфель: понятие, назначение.
2. Понятие. Классификация издательского портфеля по месту нахождения. Портфельный запас. Стратегическое планирование.
3. Договорный издательский портфель.
4. Редакционный издательский портфель.
5. Производственный издательский портфель.
6. Объекты издательского планирования.
7. План выпуска. Ассортимент издательской продукции.
8. Тираж. Авторский лист. Учетно-издательский (издательский) лист.
9. Печатный лист. Условный (приведенный) печатный лист.
10. План выпуска. План редакционной подготовки.
11. Рабочий заголовок публикации. Жанровый формат публикации (руководство, чек-лист, интервью, подборка рекомендаций, чек-лист и т.д.).
12. Краткое описание публикации + список ключевых тезисов. Цель публикации. Дополнительный материал к публикации (иллюстрации, фотографии, схемы, таблицы, файлы для загрузки и т.д.).
13. Ключевые слова, которые будут использоваться в публикации. Сопроводительный текст для репоста ссылки на публикацию в социальных сетях. Ответственный автор. Дата и время сдачи редактору.
14. Система измерительных величин.
15. Издание. Повторное издание.
16. Экземпляр. Тираж. Единицы измерения объема книг.
17. Ассортимент издательской продукции.
18. В узком смысле (с точки зрения планирования изд. деятельности). С широкой точки зрения.
19. Видовое, тематическое, жанровое многообразие выпущенных изданий.
20. Объем выпуска, тираж, листаж.
21. Экономические показатели издательского планирования.
22. Количественные показатели выпуска. Объем продаж. Показатели финансового плана.

Вопросы для контрольных работ

1. Особенности издательской продукции и издательской деятельности
2. Характеристика современного издательского рынка Российской Федерации
3. Система распространения книжных изданий
4. Регулирование издательской деятельности
5. Аутсорсинг в издательской деятельности
6. Электронная информация и электронные издания в издательской деятельности
7. Сетевое издательское дело
8. Организационная структура издательства
9. Маркетинговый анализ рынка
10. Редакционная стадия
11. Издательская стадия
12. Производственная стадия
13. Сбытовая стадия
14. Управление редакционно-издательским процессом
15. Основные положения авторского права
16. Права авторов
17. Авторский договор
18. Защита авторских прав
19. Понятие, сущность, цели и основные этапы планирования
20. Классификация планов, принципы и методы планирования
21. Количественные единицы измерения издательской продукции
22. Тематическое планирование в издательстве
23. Планирование операционной деятельности издательства
24. Финансовое планирование в издательстве
25. Планирование инвестиционной деятельности издательства
26. Оперативное планирование в издательстве
27. Классификация и состав затрат, включаемых в себестоимость издательской продукции
28. Основные факторы, определяющие величину себестоимости издательской продукции
29. Максимизация прибыли издательства
30. Особенности налогообложения в издательской деятельности
31. Ценообразование на издательскую продукцию

Тематика докладов и презентаций

1. Издательский портфель: понятие, назначение.
2. Ассортимент издательской продукции.
3. Система измерительных величин.
4. Издание. Повторное издание.
5. Экономические показатели издательского планирования.
6. Количественные показатели выпуска. Объем продаж. Показатели финансового плана.
7. Регулирование издательской деятельности
8. Аутсорсинг в издательской деятельности
9. Электронная информация и электронные издания в издательской деятельности
10. Сетевое издательское дело
11. Организационная структура издательства
12. Тематическое планирование в издательстве

13. Планирование операционной деятельности издательства
14. Финансовое планирование в издательстве
15. Планирование инвестиционной деятельности издательства

Требования к оформлению доклада:

- оформляется на листах формата А4;
- шрифт Times New Roman, кегль – 14, поля – все по 20 мм, абзацный отступ – 1,25, выравнивание – по ширине;
- на первой странице доклада в правом верхнем углу указать ФИО, курс, направление подготовки;
- обязательно указать тему доклада.

Требования к оформлению презентации:

- презентация обязательно должна содержать титульный слайд, на котором указывается название учебного заведения, название кафедры, тема и ФИО студента;
- слайды должны дополнять, а НЕ ДУБЛИРОВАТЬ доклад;
- заполнение слайда сплошным текстом НЕ ДОПУСКАЕТСЯ;
- информацию в презентации необходимо подавать в виде таблиц, схем, диаграмм, рисунков, изображений и т.п.;
- кегль должен быть не мене 30 пт;
- фон презентации – однотонный, текст презентации – читабельный.

2.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации (устный зачет)

Вопросы к зачету

1. Авторский договор.
2. Ассортимент издательской продукции.
3. Аутсорсинг в издательской деятельности.
4. В узком смысле (с точки зрения планирования изд. деятельности). С широкой точки зрения.
5. Видовое, тематическое, жанровое многообразие выпущенных изданий.
6. Договорный издательский портфель.
7. Защита авторских прав.
8. Издание. Повторное издание.
9. Издательская стадия
10. Издательский портфель: понятие, назначение.
11. Классификация и состав затрат, включаемых в себестоимость издательской продукции.
12. Классификация планов, принципы и методы планирования.
13. Ключевые слова, которые будут использоваться в публикации. Сопроводительный текст для репоста ссылки на публикацию в социальных сетях. Ответственный автор. Дата и время сдачи редактору.
14. Количественные единицы измерения издательской продукции.
15. Количественные показатели выпуска. Объем продаж. Показатели финансового плана.

16. Краткое описание публикации + список ключевых тезисов. Цель публикации. Дополнительный материал к публикации (иллюстрации, фотографии, схемы, таблицы, файлы для загрузки и т.д.).

17. Максимизация прибыли издательства.
18. Маркетинговый анализ рынка.
19. Объекты издательского планирования.
20. Объём выпуска, тираж, листаж.
21. Оперативное планирование в издательстве.
22. Организационная структура издательства.
23. Основные положения авторского права.
24. Основные факторы, определяющие величину себестоимости издательской продукции.

25. Особенности издательской продукции и издательской деятельности.
26. Особенности налогообложения в издательской деятельности.
27. Печатный лист. Условный (приведенный) печатный лист.
28. План выпуска. Ассортимент издательской продукции.
29. План выпуска. План редакционной подготовки.
30. Планирование инвестиционной деятельности издательства.
31. Планирование операционной деятельности издательства.
32. Понятие, сущность, цели и основные этапы планирования.
33. Понятие. Классификация издательского портфеля по месту нахождения.

Портфельный запас. Стратегическое планирование.

34. Права авторов.
35. Производственная стадия.
36. Производственный издательский портфель.
37. Рабочий заголовок публикации. Жанровый формат публикации (руководство, чек-лист, интервью, подборка рекомендаций, чек-лист и т.д.).
38. Регулирование издательской деятельности.
39. Редакционная стадия.
40. Редакционный издательский портфель.
41. Сбытовая стадия.
42. Сетевое издательское дело.
43. Система измерительных величин.
44. Система распространения книжных изданий.
45. Тематическое планирование в издательстве.
46. Тираж. Авторский лист. Учетно-издательский (издательский) лист.
47. Управление редакционно-издательским процессом.
48. Финансовое планирование в издательстве.
49. Ценообразование на издательскую продукцию.
50. Экземпляр. Тираж. Единицы измерения объема книг.
51. Экономические показатели издательского планирования.
52. Электронная информация и электронные издания в издательской деятельности.