

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт филологии и социальных коммуникаций
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖАЮ

Директор Института филологии
и социальных коммуникаций

« 1 » _____ 2024 г. Перевятин О.С.

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
Формы обучения – очная
Курс – 2 (2 семестр)

Разработчик

канд. филол. н., доцент Серостанова О.Б.

Заведующий кафедрой журналистики
и издательского дела

« 11 » _____ 2024 г. Кузнецова Е.А. № 1

Лутинск, 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, утвержденными Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 04 августа 2014 года №535н, от 04 августа 2014 года №538н.

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> <p>Знать: закон спроса и предложения, ассортиментную политику изданий.</p> <p>Уметь: анализировать спрос и предложение на рынке издательской продукции для формирования ассортимента.</p> <p>Владеть: способностью планировать эффективную ассортиментную политику с учетом</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	

Удовлетво- рительно	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	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

1. Особенности предпринимательской деятельности в книжном деле.
2. Деловая репутация в книжном бизнесе.
3. Имидж издательской фирмы.
4. Особенности книжного рынка.
5. Законы спроса и предложения.
6. Основной и оборотный капитал. Источники пополнения капитала. Доход, издержки, прибыль.
7. Факторы, влияющие на величину прибыли.
8. Законодательно-правовые акты в области предпринимательства и книжного дела.
9. Документы правового регулирования предпринимательства в книгоиздательской деятельности. Виды договоров.
10. Понятие, цели и задачи издательского планирования.
11. Текущая (операционная), инвестиционная и финансовая деятельность издательства.
12. Основные этапы издательского планирования.
13. Методы планирования.
14. Контроль.
15. Виды издательского планирования.
16. Сущность и задачи стратегического планирования.
17. Понятие авторства.
18. Субъект авторского права; имущественные и неимущественные права.
19. Авторский договор. Его основные типы.
20. Издательский портфель в организации работы издательства. Понятие плана выпуска, ассортимента издательской продукции, тиража.
21. Особенности формирования издательского портфеля.
22. Роль редактора в формировании издательского портфеля.

23. Исследование рыночной среды издательского дома.
24. 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 обязательства накладываются на издательства в отношении сохранения фондов и интеллектуальной собственности?
62. Какие права учитываются при создании и продвижении электронных изданий?
63. Существуют ли особые правовые нормы, регулирующие распространение литературных произведений для детей?
64. Какие законы регулируют рекламу в издательской сфере?
65. Какие ограничения существуют на публикацию материалов, содержащих коммерческую

информацию или рекламу?

66. Каковы правовые нормы в отношении интеллектуальной собственности, когда речь идет об издательстве научных или исследовательских работ?
67. Каким образом регулируется доступ к значимым документам и архивам в издательском бизнесе?
68. Существует ли ответственность издателя за публикацию недостоверной или клеветнической информации?
69. Какие судебные процессы могут возникнуть в связи с нарушением авторских прав в издательской сфере?
70. Что такое плагиат и какова ответственность за его использование в публикациях?