

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.

« 15 » сентября 2026 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

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

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

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

Заведующий кафедрой журналистики
и издательского дела

« 26 » сентября 2026 г. Куянцева Е.А.

Луганск, 2026

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(с изменениями и дополнениями) и Профессиональными стандартами, 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-4	ПК-4. Способен формировать оригинал-макет и готовить издание к выпуску

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-4	Устный опрос. Конспект
Тема 2. Организация управления книгоиздательской фирмой	ПК-4	Устный опрос. Разбор кейсов
Тема 3. Работа издательства с автором	ПК-4	Устный опрос. Разбор кейсов
Тема 4. Издательский портфель в организации работы издательства	ПК-4	Устный опрос. Конспект. Разбор кейсов
Тема 5. Маркетинговая стратегия	ПК-4	Устный опрос. Конспект

Тема 6. Продвижение книги на рынок	ПК-4	Устный опрос. Конспект
Тема 7. Основные тенденции развития современного издательского бизнеса	ПК-4	Устный опрос. Конспект
Промежуточная аттестация	ПК-4	Зачет

1.35 Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Результаты сформированности
ПК– 4	<p>ПК-4.1. Знает технологическую последовательность редакционно-издательского процесса.</p> <p>ПК-4.2. Умеет выстраивать алгоритм производственного процесса выпуска медиапродукта с применением современных редакционных технологий.</p> <p>ПК-4.3. Владеет методикой и техникой редактирования авторских оригиналов, готовит к публикации медиатекст и(или) медиапродукт с учетом требований конкретного издательства и (или) редакции.</p>

1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид учебной работы	Количество баллов
	ОФО
Устные ответы на практических занятиях	60
Самостоятельная работа	10
Контрольная работа (тест)	10
Зачет	20
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	

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	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	Не зачтено
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	
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.
 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.

Тест

Номер задания	Текст задания	Поле для ответа
Инструкция. Прочитайте текст и выберите все правильные ответы		
1.	<p>Укажите какой тип издания не относится к авторскому текстовому оригиналу?</p> <p>1) машинописные</p> <p>2) печатные для переиздания без изменений (повторные)</p> <p>3) печатные для переиздания с изменениями (подготовленные на компьютере)</p> <p>4) заказные</p> <p>5) рукописные</p>	<p>Ответ:</p>

	<p><i>Тип вопроса: закрытый.</i> <i>Время выполнения: 1 мин.</i></p>	
2.	<p>Шрифт какого кегля получил название диамант?</p> <p>1) кегль 4 пункта 2) кегль 7 пунктов 3) кегль 8 пунктов 4) кегль 9 пунктов</p> <p><i>Тип вопроса: закрытый.</i> <i>Время выполнения: 1 мин.</i></p>	<p>Ответ:</p>
3.	<p>К особенностям книжного рынка России НЕ относится (выберите один из вариантов):</p> <p>1) разнообразие региональных издательств 2) высокая доля продаж бумажных книг 3) высокая доля продаж электронных книг</p> <p><i>Тип вопроса: закрытый.</i> <i>Время выполнения: 1 мин.</i></p>	<p>Ответ:</p>
4.	<p>К жестким организационным структурам Не относится:</p> <p>1) линейная 2) функциональная 3) проектная 4) дивизиональная</p> <p><i>Тип вопроса: закрытый.</i> <i>Время выполнения: 1 мин.</i></p>	<p>Ответ:</p>
5.	<p>К гибким организационным структурам относятся:</p> <p>1) матричная 2) адхократическая 3) программно-целевая 4) все варианты верны</p> <p><i>Тип вопроса: закрытый.</i> <i>Время выполнения: 1 мин.</i></p>	<p>Ответ:</p>
6.	<p>Организационная структура</p>	<p>Ответ:</p>

	<p>издательства включает:</p> <p>1) руководство издательства</p> <p>2) редакционная часть</p> <p>3) производственная часть</p> <p>4) обслуживающие отделы</p> <p>5) функциональные отдела</p> <p>6) все варианты верны</p> <p><i>Тип вопроса: закрытый.</i></p> <p><i>Время выполнения: 1 мин.</i></p>							
7.	<p>Совокупность прямых издержек, связанных с производством продукции называется:</p> <p>1) затраты</p> <p>2) расходы</p> <p>3) себестоимость</p> <p><i>Тип вопроса: закрытый.</i></p> <p><i>Время выполнения: 1 мин.</i></p>	Ответ:						
8.	<p>К конкурентам на книжном рынке НЕ относятся (выберите один вариант):</p> <p>1) традиционные издательства</p> <p>2) самопубликация авторов</p> <p>3) фильмы</p> <p>4) акционеры</p> <p><i>Тип вопроса: закрытый.</i></p> <p><i>Время выполнения: 1 мин.</i></p>	Ответ:						
Инструкция. Прочитайте текст и установите последовательность								
9.	<p>Расположите в правильной последовательности технологический процесс движения интеллектуальных и материальных ресурсов от авторского оригинала до реализации книги:</p> <p>1) издательство</p> <p>2) автор</p> <p>3) оптовая торговля</p> <p>4) покупатель</p> <p>5) розничная торговля</p> <p>6) типография</p>	<p>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</p> <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>						

	<i>Тип вопроса: закрытый.</i> <i>Время выполнения: 3 мин.</i>					
10.	<p>Расположите в правильном порядке последовательность в концепции маркетинга товарной ориентации:</p> <p>1) производство товара 2) продвижение товара на рынке 3) исследование товара 4) продвижение товара по умеренным ценам</p> <p><i>Тип вопроса: закрытый.</i> <i>Время выполнения: 3 мин.</i></p>	<p>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</p> <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				

Инструкция. Прочитайте текст и установите соответствие

11.	Найдите соответствие между типом издательского портфеля и его определением:	Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:																
	<table><tr><td>А произведения в незавершенном производстве, находящиеся на разной стадии редакционно-издательской обработки</td><td>1 производственный портфель</td></tr><tr><td>Б произведения, которые еще создаются авторами по авторскому договору заказа</td><td>2 издательский портфель</td></tr><tr><td>В уже принятые к изданию, одобренные, но находящиеся на стадии редакционной обработки произведения</td><td>3 договорный портфель</td></tr><tr><td>Г Состоит из произведений, находящихся на разных стадиях производственного процесса до сдачи тиража в книготорговую сеть</td><td>4 редакционный портфель</td></tr></table>	А произведения в незавершенном производстве, находящиеся на разной стадии редакционно-издательской обработки	1 производственный портфель	Б произведения, которые еще создаются авторами по авторскому договору заказа	2 издательский портфель	В уже принятые к изданию, одобренные, но находящиеся на стадии редакционной обработки произведения	3 договорный портфель	Г Состоит из произведений, находящихся на разных стадиях производственного процесса до сдачи тиража в книготорговую сеть	4 редакционный портфель	<table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	А	Б	В	Г				
А произведения в незавершенном производстве, находящиеся на разной стадии редакционно-издательской обработки	1 производственный портфель																	
Б произведения, которые еще создаются авторами по авторскому договору заказа	2 издательский портфель																	
В уже принятые к изданию, одобренные, но находящиеся на стадии редакционной обработки произведения	3 договорный портфель																	
Г Состоит из произведений, находящихся на разных стадиях производственного процесса до сдачи тиража в книготорговую сеть	4 редакционный портфель																	
А	Б	В	Г															

	или поступления его на склад издательства.	
<i>Тип вопроса: закрытый.</i> <i>Время выполнения: 4 мин</i>		
Инструкция. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов		
12.	Является ли франчайзинг видом предпринимательства? 1) Да 2) Нет Ответ обоснуйте. <i>Тип вопроса: комбинированный.</i> <i>Время выполнения: 2 мин.</i>	Ответ:
13.	Какой закон утверждает, что увеличении цены товара количество покупателей, готовых купить этот товар, уменьшается. Если же цена снижается, то количество покупателей возрастает? Ответ обоснуйте А) Закон спроса Б) Закон предложения В) Закон эластичного спроса	Ответ:
Инструкция. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ		
14.	Какое из понятий шире – книжный бизнес или издательский бизнес? Ответ обоснуйте <i>Тип вопроса: открытый.</i> <i>Время выполнения: 2 мин.</i>	Ответ:
15.	На что может повлиять конкуренция в книжной индустрии? <i>Тип вопроса: открытый.</i> <i>Время выполнения: 2 мин.</i>	Ответ:

Ключи к оцениванию

Номер задания	Верный ответ	Критерии
1.	4	Правильный ответ – 1

		балл; Неправильный ответ или его отсутствие – 0 баллов
2.	1	Правильный ответ – 1 балл; Неправильный ответ или его отсутствие – 0 баллов
3.	3	Правильный ответ – 1 балл; Неправильный ответ или его отсутствие – 0 баллов
4.	3	Правильный ответ – 1 балл; Неправильный ответ или его отсутствие – 0 баллов
5.	4	Правильный ответ – 1 балл; Неправильный ответ или его отсутствие – 0 баллов
6.	6	Правильный ответ – 1 балл; Неправильный ответ или его отсутствие – 0 баллов
7.	3	Правильный ответ – 1 балл; Неправильный ответ или его отсутствие – 0 баллов
8.	4	Правильный ответ – 1 балл; Неправильный ответ или его отсутствие – 0 баллов
9.	216354	Правильный ответ – 2 балла; Допущено 2 ошибки – 1 балл; Допущено более 2

		ошибка или ответ отсутствует – 0 баллов
10.	3124	Правильный ответ – 2 балла; Допущено 2 ошибки – 1 балл; Допущено более 2 ошибка или ответ отсутствует – 0 баллов
11.	A2B3B4Г1	Правильный ответ – 3 балла; Допущена 1 ошибка – 2 балла; Допущено 2 ошибки – 1 балл; Допущено 3 и более ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов
12.	А, процесс сотрудничества двух сторон	Ответ полностью соответствует эталонному – 3 балла; Имеются отдельные незначительные неточности – 2 балла; Допущены ошибки – 1 балл; Неправильный ответ или его отсутствие – 0 баллов
13.	А, закон спроса определяется потребностями читателей	Ответ полностью соответствует эталонному – 3 балла; Имеются отдельные незначительные неточности – 2 балла; Допущены ошибки – 1 балл; Неправильный ответ или его отсутствие – 0 баллов
14.	книжный бизнес включает производство, дистрибуцию и продажу книги	Ответ полностью соответствует эталонному – 3 балла; Имеются отдельные незначительные

		неточности – 2 балла; Допущены ошибки – 1 балл; Неправильный ответ или его отсутствие – 0 баллов
15.	на прибыль	Ответ полностью соответствует эталонному – 3 балла; Имеются отдельные незначительные неточности – 2 балла; Допущены ошибки – 1 балл; Неправильный ответ или его отсутствие – 0 баллов

Вопросы к контрольной работе

1. Книжный бизнес – это...
2. Издательский бизнес – это...
3. Какие основные факторы влияют на прибыльность издательского бизнеса? Объясните, почему они важны.
4. Какие риски связаны с издательским бизнесом? Как их можно снизить или избежать?
5. Какова роль маркетинга и продвижения в издательском бизнесе? Какие инструменты маркетинга можно использовать для привлечения аудитории?
6. Какие компетенции и навыки необходимы для успешной работы в издательском бизнесе? Как их можно развивать?
7. Расскажите о глобальных трендах и вызовах, с которыми сталкивается издательский бизнес. Какие возможности они открывают для индустрии?
8. Какие стратегии и подходы могут быть применены для повышения конкурентоспособности издательского бизнеса?

Кейс (типовой)

Концепция и подготовка проекта издания литературно-художественного произведения современного автора.

Концепция и подготовка проекта издания литературно-художественного произведения включают в себя ряд важных шагов и аспектов, которые направлены на создание успешного издания. Основная

цель этого процесса заключается в создании высококачественного издания, способного привлечь аудиторию и обеспечить коммерческий успех, сохраняя художественную ценность и оригинальность произведения.

1. Анализ рынка для оценки произведения:

- Изучение современных авторов и их произведений, анализ успешных книг в данной жанровой категории.

Исследователь должен провести анализ современных авторов и их произведений, которые пользуются успехом в данной жанровой категории. Он должен изучить их стиль письма, тематическую направленность, приемы, которые вызывают интерес у читателей.

- Определение целевой аудитории

Это может включать возрастную группу, предпочтения в жанровой категории, интересы и другие факторы, которые могут оказать влияние на выбор произведения и его успешность на рынке.

- Анализ конкурентов и определение специфики и уникальности произведения, нацеленной на привлечение читателя.

Необходимо проанализировать конкурентов на рынке данной жанровой категории. Он должен выяснить, какие произведения уже существуют и какие именно конкуренции может оказывать выбранное произведение. Затем следует определить специфику и уникальные особенности выбранного произведения, которые помогут привлечь внимание и заинтересовать читателей. Это могут быть оригинальный сюжет, интересные персонажи или особый стиль письма, который выделяет это произведение на фоне других.

После оценки всех аспектов, издательство принимает решение о выпуске данного произведения. И здесь начинается следующий этап подготовки.

2. Редактирование и корректура

- Пересмотр структуры произведения.

Здесь происходит анализ и оценка структуры произведения. Редактор и автор работают вместе, чтобы убедиться, что сюжетная линия последовательна и логически связана. Если необходимо, проводятся изменения в порядке событий или добавляются новые элементы, чтобы улучшить цельность и понятность произведения.

- Коррекция орфографии, пунктуации и грамматики.

Редактору и корректору необходимо исправить ошибки в орфографии, пунктуации и грамматике текста. Они также следят за соответствием текста литературным нормам и стилю произведения. Целью этого этапа является улучшение читабельности и языкового качества текста. Редактор вместе с автором так же работают над этими корректировками и внесением изменений, чтобы сделать текст более правильным и грамотным.

Особенности дизайна и оформления литературно-художественного произведения современного автора могут включать следующие аспекты:

- Обложка и титульный лист.

Современные авторы зачастую стремятся к оригинальности и эстетической привлекательности дизайна обложки и титульного листа своих книг. Это может быть использование необычных шрифтов, ярких цветов, интересного изображения или фотографии.

- Типография.

Авторы могут экспериментировать с различными шрифтами, размерами и стилями печати текста. Некоторые могут использовать нестандартные расположения текста на странице, разные отступы и выравнивания для достижения определенного эффекта.

- Иллюстрации.

Некоторые современные авторы добавляют в свои произведения иллюстрации, которые помогают визуализировать и дополнить текст. Это могут быть рисунки, фотографии или коллажи, которые помогают передать настроение или ключевые моменты в тексте.

- Использование цвета.

Авторы могут выбирать определенные цветовые схемы для оформления своих произведений. Цвет может использоваться для создания определенной атмосферы или оформления разных частей текста, например, диалогов, глав или секций.

- Дизайн страницы.

Для книги могут создавать нестандартные макеты страниц, используя разные шрифты, отступы, способы выравнивания и графические элементы. Иногда различные части текста могут быть отделены друг от друга разными способами, чтобы привлечь внимание читателя на определенные моменты.

- Формат.

Авторы выбирают необычные форматы для своих произведений, такие как книги-скетчбуки, графические романы или книги со смешанным содержанием (текст, рисунки, фотографии и т. д.).

- Использование интерактивных элементов.

Из-за особенностей современной целевой аудитории, издательства могут объединять печатные произведения с интерактивными элементами, например, использовать QR-коды, чтобы читатель мог получить дополнительную информацию или просканировать определенные секции для просмотра видео или аудио материалов.

4. Форматирование текста и подготовка к верстке.

Подготовка текста к верстке включает в себя коррекцию ошибок, выравнивание отступов и интервалов, установку правильного шрифта и размера. Подгон изображений на обложке и иллюстраций внутри книги.

- Создание макетов и верстка книги.

Создание макетов - это процесс определения расположения текста и других элементов на каждой странице книги. Это может включать размещение заголовков, основного текста, изображений и других элементов дизайна. Верстка же включает в себя перенос текста, настройку колонтитулов и примечаний, форматирование заголовков и других элементов стилей.

- Проверка верстки наличие всех необходимых элементов.

Проверка наличия оглавления - это проверка наличия и правильного форматирования списка заголовков и страниц, которые указывают на соответствующие разделы книги. Так же необходимо проверить наличие авторских примечаний, которые расположены в конце каждой главы или по ходу текста и содержат дополнительные объяснения или комментарии автора.

5. Подготовка к печати.

Этот этап предполагает финальную проверку орфографии, пунктуации и грамматики. Это важно для обеспечения качества и читаемости книги.

Так же необходимо убедиться, что все используемые в книге цитаты, иллюстрации или другие материалы не нарушают авторские права и владельцы лицензий на их использование разрешают их включение в книгу.

6. Маркетинг и продвижение.

Последний этап, но не менее важный. Именно благодаря нему книга находит своих потенциальных покупателей. Для этого необходимо:

- Разработка и реализация маркетинговой стратегии для привлечения целевой аудитории.

Необходимо изучить потенциальных читателей, их предпочтения, потребности и поведение. Определить, что делает книгу или автора особенными и привлекательными для целевой аудитории.

Выбрать каналы и средства продвижения. Наиболее эффективные каналы коммуникации с целевой аудиторией для современных авторов являются: социальные сети, рекламные площадки, партнерские программы и т.д.

- Создание рекламных материалов, включая анонсы, трейлеры, пресс-релизы и т.д..

Создание привлекательных и информативных материалов вызывают интерес у потенциальных читателей. Анонсы и трейлеры так же подогревают интерес аудитории к выпускаемой продукции.

- Проведение промо-акций, участие в книжных ярмарках, дискуссионных клубах и других мероприятиях, связанных с книговыпуском.

Проведение конкурсов, распродаж, скидок и других мероприятий помогают привлечь людей.

Регистрация на ярмарках и выставках, где можно продемонстрировать и продать книгу, также привлекают покупателей.

Участие в других мероприятиях, такие как тематические фестивали, является не менее эффективным способ продвижения продукции.

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?