

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
Автономная некоммерческая образовательная организация  
высшего образования  
«Кубанский социально-экономический институт (КСЭИ)»

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

**Инновационные экономические стратегии**  
**в современном издательском деле**

Направление подготовки 42.03.03 Издательское дело

**Инновационные технологии в издательском деле**  
направленность

Квалификация (степень) выпускника

*бакалавр*

Форма обучения: очная

КРАСНОДАР 2017

Составитель: Н.В. Стадникова, старший преподаватель кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Рецензент: кандидат филологических наук Ищенко Д.С.

Должность, место работы:

преподаватель кафедры издательского дела и медиатехнологий Кубанского государственного университета.

РПД обсуждена и утверждена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций, протокол № 1 от 29 августа 2017 года

Содержание программы соответствует требованиям, изложенным в приказе Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 декабря 2013 года №1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Программа дисциплины «Инновационные экономические стратегии в современном издательском деле» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебными планами всех годов набора, актуализированными согласно действующей редакции стандарта, по специальности / направлению подготовки *42.03.03 Издательское дело*.

## **1. Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Инновационные экономические стратегии в современном издательском деле» является изучение тенденций инновационных процессов в макро-, мезо- и микросреде книгоиздательского дела, исследование содержания инновационных проектов в маркетинговой и издательской деятельности, полиграфии и книжной торговле.

Задачами изучения дисциплины являются:

- изучение стратегии инновационной деятельности в издательстве;
- приобретение умений и навыков планирования инновационных проектов в издательстве в целом и на отдельных этапах редакционно-издательского процесса;
- овладение методикой внедрения инновационных проектов в практику издательской деятельности.

## **2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенции, знания, умения, навыки)**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций в рамках проектно-инновационной деятельности:

- способностью выявлять покупательский спрос на издательскую продукцию и оценивать конъюнктуру рынка (ПК-7);
- способностью принимать управленческие решения и осуществлять оперативный контроль проектной издательской деятельности (ПК-13).

В результате освоения дисциплины студент должен:

### **Знать:**

- Сущность основных понятий и определений научно-исследовательского процесса;
- сущность законов, методов и правил научного познания, этапы научного исследования и их содержание;
- основы теории управления изменениями в организациях; содержание

инновационной политики и условий, определяющих ее эффективность;  
основные инновационные стратегии и условия их реализации.

**Уметь:**

- Рационально использовать понятийно-категориальный аппарат научного познания; правильно использовать законы, методы и правила научного познания;
- организовывать основные процессы и технологии издательского производства, для которых инновационная деятельность наиболее характерна, с учетом основных факторов успеха нововведений; генерировать идеи будущих инноваций.

**Владеть:**

- Инструментарием проведения научных исследований в соответствии с методологией и методикой научного познания, информацией об источниках инновационных возможностей в издательском деле; организационным инструментарием управления нововведениями; методами управления изменениями в организациях, обусловленными нововведениями.

**3. Место дисциплины в структуре ООП:**

<i>Наименование учебного плана (год набора, форма обучения)</i>	<i>Место в структуре ООП согласно ведомости учета дисциплин</i>
<b>ОФО-2013</b> <b>ОФО-2014</b>	Дисциплина «Инновационные экономические стратегии в современном издательском деле» относится к вариативной части обязательных дисциплин

**4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

**ОФО-2013**

ЗЕТ	Часов академических	Контактная работа обучающегося с преподавателем			Самостоятельная работа	Формы контроля
		Лекции	Семинары	Лабораторные		
6	216	36	64			Экзамен/6

**ОФО-2014**

ЗЕТ	Часов академических	Контактная работа обучающегося с преподавателем			Самостоятельная работа	Формы контроля
		Лекции	Семинары	Лабораторные		
4	144	18	36			Зачет/6

**5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий по каждой форме обучения**

Учебный план (ОФО-2013)

№	Тема (раздел) дисциплины	Семестр	Академические часы	Вид учебного занятия
1.	Тема 1. Инновационная деятельность и развитие издательства	6	2, 4	Лекции, семинар
2	Тема 2. Направление и содержание инновационной деятельности издательства	6	2, 10	Лекции, семинар
3.	Тема 3. Организация и стимулирование инновационной деятельности в издательстве. Методы управления	6	4, 10	Лекции, семинар
4.	Тема 4. Инновации в маркетинговой деятельности издательства	6	2, 10	Лекции, семинар
5.	Тема 5. Инновационные технологии в производстве и реализации книжной продукции	6	4, 10	Лекции, семинар
6.	Тема 6. Реализация инновационных издательских проектов	6	2, 10	Лекции, семинар
7.	Тема 7. Методы контроля и оценки эффективности реализации инновационных проектов	6	2, 10	Лекции, семинар

Учебный план (ОФО-2014)

№	Тема (раздел) дисциплины	Семестр	Академические часы	Вид учебного занятия
1.	Тема 1. Инновационная деятельность и развитие издательства	6	2, 4	Лекции, семинар
2	Тема 2. Направление и содержание инновационной деятельности издательства	6	2, 4	Лекции, семинар
3.	Тема 3. Организация и стимулирование инновационной деятельности в издательстве. Методы управления	6	4, 6	Лекции, семинар
4.	Тема 4. Инновации в маркетинговой деятельности издательства	6	2, 4	Лекции, семинар
5.	Тема 5. Инновационные технологии в производстве и реализации книжной продукции	6	4, 6	Лекции, семинар
6.	Тема 6. Реализация инновационных издательских проектов	6	2, 6	Лекции, семинар
7.	Тема 7. Методы контроля и оценки эффективности реализации инновационных проектов	6	2, 6	Лекции, семинар

#### **6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Быковский В.В. , Л.В. Минько, О.В. Коробова, Е.В. Быковская, Г.М. Золотарева. Организация и финансирование инноваций: учебное пособие – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006.

Костенко М.А. Правовые основы инновационной деятельности: Учебное пособие./Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2012.

#### **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Содержание и структура ФОС соответствует требованиям, изложенным в приказе Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 декабря 2013 года №1367 «Об утверждении Порядка организации и

осуществления образовательной деятельности по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

### **1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП**

(ПК-7) - способностью выявлять покупательский спрос на издательскую продукцию и оценивать конъюнктуру рынка;		
Этап 1	Знать	<p>Основные критерии и методы сегментирования рынка и отбора целевого рынка;</p> <p>составляющие маркетинг-микса и их элементы;</p> <p>основные аспекты поведения потребителей и его исследований;</p> <p>сформулировать понятие товара;</p> <p>знать классификацию товаров по предпродажным параметрам;</p> <p>знать основные виды предпродажных процессов;</p> <p>знать виды предпродажной подготовки изданий и сопутствующих товаров;</p> <p>знать основы обязательственного права в сфере купли-продажи и поставки.</p>
Этап 2	Уметь	<p>объяснить отличия критериев и методов сегментирования и отбора целевого рынка друг от друга и их особенности;</p> <p>объяснить взаимосвязь и взаимовлияние составляющих маркетинг-микса и их элементов;</p> <p>понимать значение предпродажной подготовки товаров для их дальнейшего успешного распространения;</p> <p>описать процесс предпродажной подготовки изданий и сопутствующих товаров;</p> <p>объяснить особенности процесса поставки товаров.</p>
Этап 3	Навыки и (или) опыт деятельность и – Владеть	<p>Использовать методы маркетинговых исследований для изучения книжного рынка, рынка электронных изданий, рынка СМИ;</p> <p>Использовать изученные критерии и методы, а также особенности поведения потребителей в сегментировании рынка издательской продукции;</p> <p>Применять полученные знания об элементах маркетинг-микса, о поведении потребителей и состоянии рынка в проектировании изданий и в подготовке и реализации издательских проектов;</p> <p>Выбирать оптимальный набор услуг по предпродажной подготовке изданий и сопутствующих товаров;</p> <p>Участвовать в заключении и контролировать исполнение договоров поставки;</p> <p>Использовать программные средства для автоматизации организации процесса предпродажной подготовки и сопровождения поставки товаров.</p> <p>изменениями в организациях, обусловленными нововведениями.</p>

(ПК-13) - способностью принимать управленческие решения и осуществлять оперативный контроль

проектной издательской деятельности		
Этап 1	Знать	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знать основные направления принятия управленческих решений, их типологию и требования к ним.</li> <li>2. Знать этапы процесса принятия управленческого решения.</li> <li>3. Знать функции, виды и этапы и поведенческие аспекты контроля.</li> <li>4. Знать общую структуру и принципы создания и функционирования системы контроля и службы контроллинга в организации.</li> <li>5. Иметь общие представления о факторах внешней и внутренней среды фирмы.</li> <li>6. Знать типы и виды организационных структур управления.</li> <li>7. Знать основы управления проектами.</li> <li>8. Знать основы управления рисками.</li> <li>9. Знать основы мотивации в управлении.</li> <li>10. Знать основы групповой динамики в организации.</li> <li>11. Знать основы управления конфликтами на производстве.</li> <li>12. Иметь представления об особенностях личности менеджера.</li> <li>13. Знать основные средства коммуникаций в управлении.</li> <li>14. Знать современное состояние и тенденции развития издательского дела в России и за рубежом.</li> <li>15. Знать основы управления издательским делом.</li> <li>16. Знать основы современного российского и зарубежного законодательства по авторскому праву и смежным правам.</li> <li>17. Дать определение рентабельности и сформулировать понятие издательского проекта.</li> <li>18. Назвать объекты, компоненты и процессы, определяющие рентабельность издательского проекта.</li> <li>19. Перечислить полный спектр юридических, экономических и технических компонентов, необходимых для формирования издательского префлайт-пакета.</li> </ol>
Этап 2	Уметь	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понимать последствия принятия и реализации того или иного решения.</li> <li>2. Понимать значение и роль контроля в деятельности организации.</li> <li>3. Понимать зависимость деятельности фирмы в целом и реализации издательского проекта в частности от воздействия факторов внешней и внутренней среды фирмы.</li> <li>4. Понимать различия, достоинства и недостатки разных типов и видов организационных структур управления для конкретной ситуации.</li> <li>5. Понимать суть проектного менеджмента как управленческих действий, направленных на достижение конкретного результата, при минимальных затратах и минимизации рисков.</li> <li>6. Уметь грамотно распределять нагрузку отдельных исполнителей в процессе подготовки издания.</li> <li>7. Понимать важность адекватного стимулирования и мотивации труда работников.</li> <li>8. Понимать причины конфликтов на производстве.</li> <li>9. Понимать роль менеджера в координации работы над проектом.</li> <li>10. Использовать в работе с авторами нормативно-правовые акты, регулирующие издательскую деятельность и сферу отношений в области интеллектуальной собственности.</li> <li>11. Понимать значение грамотной организации отношений издательства и авторского корпуса.</li> <li>12. Объяснить процесс работы с клиентом (автором/организацией).</li> <li>13. Описать процесс формирования издательского директ-пакета.</li> </ol>
Этап 3	Навыки и (или) опыт деятельность – Владеть	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Принимать решения и нести за них ответственность (на своем уровне компетентности и должностных функций).</li> <li>2. Учитывать воздействие факторов внешней и внутренней среды фирмы на процесс реализации издательского проекта и корректировать его в соответствии с этим воздействием.</li> </ol>



		<p>3. Подбирать тип организационной структуры управления, адекватный задачам реализации данного издательского проекта (на своем уровне компетентности и должностных функций).</p> <p>4. Работать в команде по реализации издательского проекта и/или управлять такой командой.</p> <p>5. Принимать меры по минимизации рисков (на своем уровне компетентности) при реализации издательского проекта.</p> <p>6. Уметь подбирать адекватные варианты стимулирования и мотивации сотрудников (на своем уровне компетентности и должностных функций).</p> <p>7. Уметь работать с коллективом специалистов, работающих над проектом, а также с контрагентами.</p> <p>8. Налаживать адекватные системы коммуникации, необходимые для корректной реализации издательского проекта (на своем уровне компетентности и должностных функций).</p> <p>9. Владеть способами эффективного взаимодействия с автором и другими субъектами издательского процесса.</p> <p>10. Вести переговоры с авторами.</p> <p>11. Заключать с авторами договоры и контролировать их исполнение.</p> <p>12. Уметь реализовывать идеи и концепции (свои и чужие) на практике.</p> <p>13. Создавать системы обмена информацией и принятия решений</p> <p>14. Составить бизнес-план издательского проекта.</p> <p>15. Реализовать практический расчёт экономической рентабельности издательского проекта.</p>
--	--	--

## **2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Этап	Критерий оценивания	Показатель оценивания	Шкала оценивания				Средство оценивания
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно	
1. Знать	Полнота, системность, прочность знаний; обобщенность знаний	Основные критерии и методы сегментирования рынка и отбора целевого рынка; составляющие маркетинг-микса и их элементы; основные аспекты поведения потребителя и его исследования	Полные, системные знания теоретических основ дисциплины	достаточные знания теоретических основ данной дисциплины	Неглубокие знания теоретических основ и понятий инновационных экономических стратегий	Незнание теоретических основ инноватики и экономических стратегий	зачет

		<p>й;</p> <p>сформулиров ать понятие товара;</p> <p>знать классификац ию товаров по предпродажн ым параметрам;</p> <p>основные виды предпродажн ых процессов; виды предпродажн ой подготовки изданий и сопутствую щих товаров;</p> <p>основы обязательст венного права в сфере купли- продажи и поставки</p>					
2. Умет ь	<p>Степень самостоят ельности выполнен ия действия; осознанно сть выполнен ия действия; выполнен ие действия (умения) в незнакомо й ситуации</p>	<p>Понимать последствия принятия и реализации того или иного решения. Понимать значение и роль контроля в деятельности организации. Понимать зависимость деятельности фирмы в целом и реализации издательского</p>	<p>Высокая степень самостояте льности при разработке проектов по организац ии производст в, открытия малых предприят ий с использова нием инновацио нных</p>	<p>Умение самостоятел ьно разрабатыва ть проекты по организации производств</p>	<p>Недостаточн ые умения самостоятел ьного проектирова ния</p>	<p>Не умение самостоятел ьно работать над проектами инновацион ной направленно сти</p>	<p>Формиров ание результато в исследова ния в форматы: -дорожная карта развития книгоизда ния в Краснодар ском крае; -дорожная карта развития полиграфи ческой отрасли</p>

		<p>проекта в частности от воздействия факторов внешней и внутренней среды фирмы. Понимать различия, достоинства и недостатки разных типов и видов организационных структур управления для конкретной ситуации. Понимать суть проектного менеджмента как управленческих действий, направленных на достижение конкретного результата, при минимальных затратах и минимизации рисков. Уметь грамотно распределять нагрузку отдельных исполнителей в процессе подготовки издания. Понимать важность адекватного стимулирования и мотивации труда работников. Понимать причины конфликтов на производстве. Понимать роль менеджера в координации работы над</p>	подходов				региона.
--	--	--	----------	--	--	--	----------

		<p>проектом.</p> <p>Использовать в работе с авторами нормативно-правовые акты, регулирующие издательскую деятельность и сферу отношений в области интеллектуальной собственности</p> <p>Понимать значение грамотной организации отношений издательства и авторского корпуса.</p> <p>Объяснить процесс работы с клиентом (автором/организацией).</p> <p>Описать процесс формирования издательского директ-пакета.</p>					
3. Владеть	<p>Ответ на вопросы, поставленные преподавателем; решение задач; выполнение практических задач</p>	<p>методы маркетинговых исследований для изучения книжного рынка, рынка электронных изданий, рынка СМИ; изученные критерии и методы, а также особенности поведения потребителей в сегментировании рынка издательской продукции; Применять полученные знания об</p>	<p>Владение инструментами и методиками и проведения исследований и анализа с сфере инновационных технологий, организации производственных процессов</p>	<p>Несущественные замечания, допускаемые при проведении анализа организации производств</p>	<p>Слабое владение методикой и инструментами проектной базой проектирования и организации производств с инновационными технологиями</p>	<p>Отсутствие навыков применения инструментов и использования методики создания проектов</p>	<p>практические задания, письменные ответы на вопросы по разделам дисциплины</p>

		<p>элементах маркетинг-микса, о поведении потребителей и состоянии рынка в проектировании изданий и в подготовке и реализации издательских проектов;</p> <p>Выбирать оптимальный набор услуг по предпродажной подготовке изданий и сопутствующих товаров;</p> <p>Участвовать в заключении и контролировать исполнение договоров поставки;</p> <p>Использовать программные средства для автоматизации организации процесса предпродажной подготовки и сопровождения поставки товаров.</p> <p>изменениями в организациях, обусловленными нововведениями.</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--

Этап	Критерий оценивания	Показатель оценивания	Шкала оценивания				Средство оценивания
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно	
1. Знать	Полнота, системность, прочность знаний; обобщенность знаний	основные направления принятия управленческих решений, их типология и требования к ним. этапы процесса	Полные, системные знания теоретических основ дисциплины	достаточные знания теоретических основ данной дисциплины	Неглубокие знания теоретических основ и понятий инновационных экономических стратегий	Незнание теоретических основ инноватики и экономических стратегий	зачет

		<p>         принятия управленческого решения. функции, виды и этапы и поведенческие аспекты контроля. общая структура и принципы создания и функционирования системы контроля и службы контроллинга в организации. общие представления о факторах внешней и внутренней среды фирмы.       </p> <p>         6. Знать типы и виды организационных структур управления. основы управления проектами.       </p> <p>         8. Знать основы управления рисками. основы мотивации в управлении. основы групповой динамики в организации. основы управления конфликтами на производстве.       </p> <p>         Иметь представления об особенностях личности менеджера. основные средства коммуникаций в управлении. современное       </p>					
--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>состояние и тенденции развития издательского дела в России и за рубежом. основы управления издательским делом. основы современного российского и зарубежного законодательства по авторскому праву и смежным правам. Дать определение рентабельности и сформулировать понятие издательского проекта. объекты, компоненты и процессы, определяющие рентабельность издательского проекта. полный спектр юридических, экономических и технических компонентов, необходимых для формирования издательского префлайт-пакета.</p>					
2. Уметь	Степень самостоятельности выполнения действия; осознанность выполнения действия; выполнение	Понимать последствия принятия и реализации того или иного решения. Понимать значение и роль контроля в деятельности организации.	Высокая степень самостоятельности при разработке проектов по организации производств, открытия	Умение самостоятельно разрабатывать проекты по организации производств	Недостаточные умения самостоятельного проектирования	Не умение самостоятельно работать над проектами инновационной направленности	Формирование результатов исследования в формате: -дорожная карта развития книгоиздания в Краснодар

	<p>действия (умения) в незнакомой ситуации</p>	<p>Понимать зависимость деятельности фирмы в целом и реализации издательского проекта в частности от воздействия факторов внешней и внутренней среды фирмы. Понимать различия, достоинства и недостатки разных типов и видов организационных структур управления для конкретной ситуации. Понимать суть проектного менеджмента как управленческих действий, направленных на достижение конкретного результата, при минимальных затратах и минимизации рисков. Уметь грамотно распределять нагрузку отдельных исполнителей в процессе подготовки издания. Понимать важность адекватного стимулирования и мотивации труда работников. Понимать причины конфликтов</p>	<p>малых предприятий с использованием инновационных подходов</p>				<p>ском крае; -дорожная карта развития полиграфической отрасли региона.</p>
--	--	---	--	--	--	--	---



		<p>на производстве. Понимать роль менеджера в координации работы над проектом. Использовать в работе с авторами нормативно-правовые акты, регулирующие издательскую деятельность и сферу отношений в области интеллектуальной собственности. Понимать значение грамотной организации отношений издательства и авторского корпуса. Объяснить процесс работы с клиентом (автором/организацией). Описать процесс формирования издательского пакета.</p>					
3. Владеет	<p>Ответ на вопросы, поставленные преподавателем; решение задач; выполнение практических задач</p>	<p>Учитывать воздействие факторов внешней и внутренней среды фирмы на процесс реализации издательского проекта и корректировать его в соответствии с этим воздействием. Подбирать тип организацион</p>	<p>Владение инструментами и методиками проведения исследований и анализа сфер инновационных технологий, организации производст</p>	<p>Несущественные замечания, допускаемые при проведении анализа организации производств</p>	<p>Слабое владение методикой и инструментами проектной базой проектирования и организации производств с инновационными технологиями</p>	<p>Отсутствие навыков применения инструментов и использования методики создания проектов</p>	<p>практические задания, письменные ответы на вопросы по разделам дисциплины</p>

		<p>ной структуры управления, адекватный задачам реализации данного издательского проекта (на своем уровне компетентности и должностных функций). Работать в команде по реализации издательского проекта и/или управлять такой командой. Принимать меры по минимизации рисков (на своем уровне компетентности) при реализации издательского проекта. Уметь подбирать адекватные варианты стимулирования и мотивации сотрудников (на своем уровне компетентности и должностных функций). Уметь работать с коллективом специалистов, работающих над проектом, а также с контрагентами. Налаживать адекватные системы коммуникации, необходимые для корректной</p>	<p>венных процессов</p>				
--	--	--	-------------------------	--	--	--	--

		<p>реализации издательского проекта (на своем уровне компетентности и должностных функций). Владеть способами эффективного взаимодействия с автором и другими субъектами издательского процесса. Вести переговоры с авторами. Заключать с авторами договоры и контролировать их исполнение. Уметь реализовывать идеи и концепции (свои и чужие) на практике. Создавать системы обмена информацией и принятия решений</p> <p>Составить бизнес-план издательского проекта.</p> <p>Реализовать практический расчёт экономической рентабельности издательского проекта.</p>					
--	--	---	--	--	--	--	--

**3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

## **в процессе освоения образовательной программы**

Компетенция: ПК-7

Этап формирования компетенции: 2

Средство оценивания: Проект «Дорожная карта развития отрасли»

Задание:

- провести исследование рынка полиграфии и книгоиздания России за последние пять лет;
- собрать и проанализировать информацию о развитии полиграфической и книгоиздательской отрасли в ЮФО и Краснодарском крае.

Компетенция: ПК-7

Этап формирования компетенции: 1

Средство оценивания: Подготовка реферата, представление в печатном виде, выступление по следующим темам:

1. Инновационная деятельность и развитие издательства;
2. Виды инновационной деятельности в издательстве;
3. Инновационные проекты по выпуску книжной продукции в издательстве;
4. Организация инновационной деятельности в издательстве;
5. Инновационные проекты и базы планирования;
6. Методы стимулирования инновационной деятельности в издательстве;
7. Инновации в маркетинговой деятельности в издательстве;
8. Инновационные технологии в издательстве;
9. Виды инноваций в издательстве;
10. Аутсорсинг в инновационной деятельности издательства.

Компетенция: ПК-13

Этап формирования компетенции: 2

Средство оценивания: Коллоквиум.

Письменные ответы на вопросы по темам.

Вопросы по теме: «Инновационный менеджмент»:

Что понимается под инновациями?

Дать определение инновационному менеджменту.

Сущность и содержание инновационного менеджмента.  
Модели инновационного менеджмента.  
Функции инновационного менеджмента.

6. Стадии жизненного цикла инноваций.

Вопросы к теме «Инновационный маркетинг»:

Определение инновационного маркетинга  
Что означает понятие «экономическая конъюнктура»  
Этапы инновационного маркетинга

Вопросы к теме «Стартапы»:

- Что такое стартап?
- Приведите примеры успешных стартапов.
- Способы финансирования стартапов.
- Кто такие бизнес-ангелы?
- Перечислите стадии развития стартапа.

Компетенция: ПК-13

Этап формирования компетенции:

Средство оценивания: экзамен/зачет

Вопросы и практические задания к экзамену/зачету:

1. Понятие и содержание инновационной деятельности в издательстве
2. Инновационные методы при подготовке электронных изданий
3. Моральный стимул в инновационной деятельности в издательстве
4. Бизнес-планирование и инновации в издательстве
5. Карьерный стимул в инновационной издательской деятельности
6. Использование новой техники и инновационные издательские проекты
7. Виды инноваций на разных этапах редакционно-издательского процесса
8. Планирование инновационной издательской деятельности
9. Материальные стимулы в инновационной деятельности издательства
10. Инновации в маркетинговых исследованиях
11. Объекты инновационного процесса
12. Особенности инвестирования инновационных проектов
13. Инновационный менеджмент в структуре издательства

14. Объекты и субъекты патентного права
15. Этапы инновационного маркетинга
16. Стадии развития стартапа
17. Научное открытие, рационализаторское предложение, коммерческая тайна, определения и особенности.
18. Товарный знак и знак обслуживания, определения, наименование фирмы, порядок и особенности регистрации
19. Венчурные банки и фонды
20. Бизнес-ангелы как финансовые партнеры
21. Риски инновационных издательских проектов
22. Определение и характеристика стартапа
23. Направления инновационного развития издательско-полиграфической отрасли.
24. Этапы инновационного развития
25. Инновационное программное обеспечение в издательствах
26. Методы и приемы снижения рисков инновационных проектов
27. Система универсальных показателей для оценки эффективности проекта.
28. Инжиниринг и реинжиниринг. Стадии инновационного процесса.
29. Патентное право. Смежные права.
30. Интернет-маркетинг современного издательства.

**Виды практических заданий (к экзамену):**

1. Определить, что является результатом инновационного процесса (любой товар, отремонтированное оборудование, обученный персонал, нововведения на рынке, разработка новой идеи).
2. Определить, что относится к процессным инновациям (инновации, полученные в результате инновационного процесса, процесс разработки новшества, новые товары, новые процессы, новые технологии)
3. Что относится к венчурной организации ( малая инновационная фирма, торговая организация, биржевая организация, экспортная организация, военная

организация)?

4. Фирмы, осваивающие инновации на стаде спроса, - это: конформисты, коммутанты, консультанты, комбинаторы, консолиданты?

5. Определить из какого анализа состоит функционально-стоимостной анализ ( функций подразделений и затрат на них, затрат на функциональные подразделения, возможности повышения качества товара при снижении его себестоимости, влияния функций работников на стоимость товара, возможности снижения стоимости товара).

6. Интегральный эффект определяется величиной: разности результатов и затрат по годам; суммы разностей доходов и затрат по годам; суммы разностей результатов и издержек по годам; интегрированием всех эффектов?

7. Какой из перечисленных видов капитализации инвестиций наиболее перспективен: вклады в банк, вклад в недвижимость, вклад в проект вокзала, вклады в инновационные проекты, вклад в развитие образования?

8. Организация, осваивающая серийное и массовое производство инновации, - это: холдинг, эмитент, виолент, опцион, фьючерс?

9. Определить, что является результатом инновационного процесса ( любой товар, отремонтированное оборудование, обученный персонал, нововведения на рынке, разработка новой идеи)

10. В период НИР продуктовой инновации объектом исследования служит: опытный образец, лабораторный макет, конструкторский макет, установочный образец, выставочный макет.

**4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Компетенция: ПК-7

Этап формирования компетенции: 1

Средство оценивания: зачет

Методика оценивания: зачтено/ не зачтено

Наименование оценки	Критерий
«зачтено»	выставляется студенту, если он участвовал в подготовке и защите проекта. подготовил реферат,

	сдал коллоквиум, углубленно знает предмет, владеет терминологией, разбирается в инновационных направлениях развития издательской отрасли, понимает риски, связанные с инновационными процессами и венчурным капиталом, разбирается в понятиях инновационного маркетинга и менеджмента, знает особенности патентного права, ответил на вопросы зачета и полностью выполнил практическое задание.
<i>«не зачтено»</i>	выставляется студенту, если он не полностью ответил на вопросы билета и не выполнил практическое задание, не ответил на дополнительные вопросы по темам дисциплины.

Компетенция: ПК-13

Этап формирования компетенции: 2-3

Средство оценивания: проект

Методика оценивания: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно

<b>Наименование оценки</b>	<b>Критерий</b>
<i>«отлично»</i>	выставляется студенту, если он проявил активное участие в подготовке и защите проекта в группе (или индивидуально);
<i>«хорошо»</i>	выставляется студенту, если защита проекта прошла с замечаниями;
<i>«удовлетворительно»</i>	выставляется студенту, если проект не доработан, есть замечания
<i>«неудовлетворительно»</i>	выставляется в случае не готовности задания

Компетенция: ПК-13

Этап формирования компетенции: 1

Средство оценивания: реферат

Методика оценивания: зачтено, не зачтено

<b>Наименование оценки</b>	<b>Критерий</b>
<i>«зачтено»</i>	выставляется студенту, если реферат подготовлен, озвучен, студент ответил на дополнительные вопросы аудитории
<i>«не зачтено»</i>	выставляется студенту, в случае отсутствия выполненного задания



Компетенция: ПК-7

Этап формирования компетенции: 2-3

Средство оценивания: коллоквиум

Методика оценивания: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно

Наименование оценки	Критерий
«отлично»	выставляется студенту, если он ответил на 85-100% вопросов;
«хорошо»	если количество правильных ответов 60-85%;
«удовлетворительно»	выставляется студенту если количество правильных ответов 40-60%;
«неудовлетворительно»	в случае положительного результата менее чем в 40% вопросов.

## 8. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

### Основная литература:

1. Васильев Г.А., Поляков В.А. Основы рекламной деятельности: учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
2. Далада Е.В. Управление современным издательским процессом: конспект лекций /МГУП. – М., 2008.
3. Кузнецов Б.А. Экономика и организация издательской деятельности: учеб. для вузов. – М.: АСТ: Астрель, 2006. – (Высшая школа).
4. Осипова Г.И., Миронова Г.В. Экономика и организация производства. – М.: МГУП. – 2003.
5. Перлов В.И. Маркетинг на предприятии отрасли печати: учеб. пособие. – М.: МГУП, 2000.

### Дополнительная литература:

1. Грэм Г. Книжный бизнес. Практика книгоиздания и книжной торговли. М., 1999.

2. Есенькин Б.С., Крылова М.Д. Логистика в книжном деле: Учебник для вузов. – М.: МГУП, 2002.
3. Есенькин Б.С., Коган А.Ф. Предпринимательство в книжном деле: уч. пос. – М.: МГУП, 2004.
4. Мильчин А.Э. Издательский словарь-справочник. – М.: Юристъ, 1998. – (Книжное дело).
5. Настольная книга издателя / Е.В. Малышкин, А.Э. Мильчин, А.А. Павлов, А.Е. Шадрин. – М.: ООО «Издательство АСТ»; ООО «Агентство «КРПА Олимп», 2004.
6. Предпринимательство в книжном деле. Справочник / Б.С. Есенькин, Г.Н. Ершова, В.Д. Синянский и др.; Под ред. Ю.Ф. Майсурадзе. – М.: МГУП, 2003.
7. Прилепская Г.Д. Бизнес-план издательства: Учеб. пособие. – М.: МГУП, 2000.
8. Стандарты по издательскому делу / Сост. А.А. Джиго, С.Ю. Калинин. – М.: Экономистъ, 2004.

Периодические издания:

Деловая книга

Издательское дело

Книга. Исследование и материалы

Книготорговая газета

Книжная индустрия

Книжное дело

Книжное обозрение

Книжный бизнес

Книжный магазин

Полиграфист и издатель

Редактор и книга

Университетская книга

## **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

[www.bookchamber.ru](http://www.bookchamber.ru)

[www.bookind.ru](http://www.bookind.ru)

[www.compuart.ru](http://www.compuart.ru)

[www.gipp.ru](http://www.gipp.ru)

[http://www.gumfak.ru/econom\\_html/organiz/org22.shtml](http://www.gumfak.ru/econom_html/organiz/org22.shtml)

[http://www.bi-plan.ru/catalog/torgovlja/biznes\\_plan\\_izdatelskogo\\_doma/](http://www.bi-plan.ru/catalog/torgovlja/biznes_plan_izdatelskogo_doma/)

<http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook043/01/index.html?part-003.htm>

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Самостоятельная работа студентов проводится в форме изучения отдельных теоретических вопросов по предлагаемой литературе и с дальнейшим их разбором или обсуждением на аудиторных занятиях. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к библиотечным фондам института и к сети Интернет.

Правильная организация самостоятельных учебных занятий, их систематичность, целесообразное планирование рабочего времени позволяет студентам развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивать высокий уровень успеваемости в период обучения, получить навыки повышения профессионального уровня. Задачи преподавателя по планированию и организации самостоятельной работы студента:

1. Составление плана самостоятельной работы студента по дисциплине.
2. Разработка и выдача заданий для самостоятельной работы.
3. Обучение студентов методам самостоятельной работы.
4. Организация консультаций по выполнению заданий (устный инструктаж, письменная инструкция).
5. Контроль за ходом выполнения и результатом самостоятельной работы студента. Студент должен знать:
  - какие разделы и темы дисциплины предназначены для самостоятельного изучения (полностью или частично);
  - самостоятельно определить объем времени, необходимого для проработки каждой темы;

– какие формы самостоятельной работы будут использованы в соответствии с рабочей программой дисциплины;

– согласовывать с преподавателем виды работы по изучению дисциплины;

– какая форма контроля и в какие сроки предусмотрена.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу студентов являются:

– учебно-методический комплекс по дисциплине;

– практикумы; рабочие тетради по дисциплине;

– методические указания по выполнению контрольных работ, участие в научных конференциях, написанию научных статей;

– методические указания по выполнению выпускных квалификационных (дипломных) работ;

– методические указания для студентов по организации самостоятельной работы.

Методические указания для студентов являются обязательной частью учебно-методического комплекса. Цель методических указаний – обратить внимание студента на главное, существенное в изучаемой дисциплине, научить связывать теоретические положения с практикой, научить конкретным методам и приемам выполнения различных учебных заданий (решение задач, написание тезисов, подготовка презентаций и т.д.).

### **Методические указания для студентов при подготовке к занятиям**

**Семинар** – форма систематических учебно-теоретических занятий, с помощью которых обучающиеся изучают тот или иной раздел определенной научной дисциплины, входящей в состав учебного плана.

При подготовке к семинарским занятиям следует использовать основную литературу из представленного списка, а также руководствоваться приведенными указаниями и рекомендациями. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке.

На семинарских занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике семинарских занятий.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Проработать конспект лекций;

2. Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;

3. Ответить на вопросы плана семинарского занятия;

4. Выполнить домашнее задание;

5. Проработать тестовые задания и задачи;

6. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

Семинарские занятия могут проводиться в форме беседы со всеми студентами группы или с отдельными студентами. Этот вид семинара называется **коллоквиумом** (*собеседование*). Коллоквиумы проводятся по конкретным вопросам дисциплины. От семинара коллоквиум отличается, в первую очередь тем, что во время этого занятия могут быть опрошены все студенты или значительная часть студентов группы.

В ходе коллоквиума выясняется степень усвоения студентами понятий и терминов по важнейшим темам, умение студентов применять полученные знания для решения конкретных практических задач. Как правило, коллоквиумы проводятся по темам, по которым не запланированы семинарские занятия.

Для подготовки к коллоквиуму студенты заранее получают у преподавателя задание. В процессе подготовки изучают рекомендованные преподавателем источники литературы, а также самостоятельно осуществляют поиск релевантной информации, а также могут собрать практический материал. Коллоквиум может проходить также в форме ответов студентов на вопросы билета, обсуждения сообщений студентов, форму выбирает преподаватель.

#### **Методические указания по подготовке к экзаменам и зачетам.**

Изучение каждой дисциплины заканчивается определенными методами контроля, к которым относятся: текущая аттестация, зачеты и экзамены.

Требования к организации подготовки к экзаменам те же, что и при занятиях в течение семестра, но соблюдаться они должны более строго. При подготовке к экзаменам у студента должен быть хороший учебник или конспект литературы, прочитанной по указанию преподавателя в течение семестра.

Вначале следует просмотреть весь материал по сдаваемой дисциплине, отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом опорные конспекты лекций.

Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время экзаменационной сессии для систематизации знаний.

Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала или при решении задач у студента возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удастся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. В своих вопросах студент должен четко выразить, в чем он испытывает затруднения, характер этого

затруднения. За консультацией следует обращаться и в случае, если возникнут сомнения в правильности ответов на вопросы самопроверки.

**Методические указания по написанию и оформлению рефератов и докладов.**

**Реферат** – письменная работа по определенной научной проблеме, краткое изложение содержания научного труда или научной проблемы. Он является действенной формой самостоятельного исследования научных проблем на основе изучения текстов, специальной литературы, а также на основе личных наблюдений, исследований и практического опыта. Реферат помогает выработать навыки и приемы самостоятельного научного поиска, грамотного и логического изложения избранной проблемы и способствует приобщению студентов к научной деятельности.

**Доклад** – один из видов монологической речи, публичное, развёрнутое, официальное сообщение по определённому вопросу, основанное на привлечении документальных данных.

Последовательность работы:

1. Выбор темы исследования. Тема реферата (доклада) выбирается студентом по коду зачетной книжки и (или) на основе его научного интереса. Также помощь в выборе темы может оказать преподаватель.

2. Планирование исследования. Включает составление календарного плана научного исследования и плана предполагаемого реферата.

Календарный план исследования включает следующие элементы:

- выбор и формулирование проблемы, разработка плана исследования и предварительного плана реферата;
- сбор и изучение исходного материала, поиск литературы;
- анализ собранного материала, теоретическая разработка проблемы;
- сообщение о предварительных результатах исследования;
- литературное оформление исследовательской проблемы;
- обсуждение работы (на семинаре, в студенческом научном обществе, на конференции и т.п.).

Каждый элемент датируется временем начала и временем завершения.

План реферата характеризует его содержание и структуру. Он должен включать в себя:

- введение, где обосновывается актуальность проблемы, ставятся цель и задачи исследования;
- основная часть, в которой раскрывается содержание проблемы;
- заключение, где обобщаются выводы по теме и даются практические рекомендации.

**Поиск и изучение литературы.**

Для выявления необходимой литературы следует обратиться в библиотеку или к преподавателю. Подбранную литературу следует зафиксировать согласно ГОСТ по библиографическому описанию произведений печати. Подбранная литература изучается в следующем порядке:

- знакомство с литературой, просмотр ее и выборочное чтение с целью общего представления проблемы и структуры будущей научной работы;
- исследование необходимых источников, сплошное чтение отдельных работ, их изучение, конспектирование необходимого материала (при конспектировании необходимо указывать автора, название работы, место издания, издательство, год издания, страницу);
- обращение к литературе для дополнений и уточнений на этапе написания реферата. Для разработки реферата достаточно изучение 4–5 важнейших статей по избранной проблеме. При изучении литературы необходимо выбирать материал, не только подтверждающий позицию автора реферата, но и материал для полемики.

#### **Обработка материала.**

При обработке полученного материала автор должен:

- систематизировать его по разделам;
- выдвинуть и обосновать свои гипотезы;
- определить свою позицию, точку зрения по рассматриваемой проблеме;
- уточнить объем и содержание понятий, которыми приходится оперировать при разработке темы;
- сформулировать определения и основные выводы, характеризующие результаты исследования;
- окончательно уточнить структуру доклада (реферата и т.д.).

### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Создание презентаций; KMPlayer, Libre Office Writer, Microsoft Office PowerPoint.. Поисковые системы Yandex, Google.

### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Специализированный кабинет Издательского дела, оснащенный столами, стульями, компьютером с выходом в Интернет, грифельной доской, мультимедийным аппаратом, учебно-методическими пособиями.