

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Максимов Алексей Борисович

Должность: директор департамента по образовательной политике

Дата подписания: 04.06.2024 19:15:54

Уникальный программный ключ:

8db180d1a3f02ac9e60521a567742735c18b1d6

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Московский политехнический университет»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

УТВЕРЖДЕНО

*Директор Института
издательского дела и журналистики*

 *Е.Л. Хохлогорская*

«15» февраля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**«Основы теории и практики распространения издательской
продукции»**

Направление подготовки
42.03.03 «Издательское дело»

Профиль подготовки
«Книгоиздательское дело»


Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва
2024

Разработчик:

К.ф.н., доцент кафедры «Издательское дело
и книговедение»

 (Юдин А.В.)

/

Согласовано:

Заведующий кафедрой «Издательское дело
и книговедение», к.ф.н., доцент

 /И.Л. Шурыгина/

1. Цели и задачи дисциплины «Основы теории и практики распространения издательской продукции»

Цели преподавания и освоения дисциплины «Основы теории и практики распространения издательской продукции» заключаются в формировании у обучающегося знания теории распространения издательской продукции, форм и методов продвижения издательской продукции в различных каналах распространения, тенденций развития рынка издательской продукции и каналов книгораспространения.

Комплекс задач освоения дисциплины включает:

- изучение теории и методов технологии распространения издательской продукции;
- формирование представления о значении и структуре каналов распространения издательской продукции;
- рассмотрение особенностей издательских каналов распространения печатных и электронных изданий;
- выявление особенностей распространения печатных и электронных изданий в оптовых предприятиях и розничных предприятиях книгораспространения;
- знакомство с понятиями и практикой применения информационных технологий в качестве средства оптимизации бизнес-процессов;
- изучение перспектив мирового и отечественного рынка издательской продукции.

Обучение по дисциплине «Основы теории и практики распространения издательской продукции» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленных задач, в том числе пользуясь ресурсами изданий профессионального характера ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки
ПК-5 Способен участвовать в продвижении издательской продукции и реализации мероприятий, способствующих увеличению продаж	ИПК-5.1. Участвует в разработке маркетинговой стратегии издательств и (или) предприятий распространения издательской продукции ИПК-5.2. Владеет инструментами

	<p>продвижения медиапродукта – книжного издания – в книготорговые предприятия с помощью различных каналов и систем распространения</p> <p>ИПК-5.3. Контролирует и оценивает эффективность результатов продвижения издательской продукции</p>
--	--

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы теории и практики распространения издательской продукции» относится к части , формируемой участниками образовательных отношений блока Б.1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.2.5. «Профессионально-издательский»)

Дисциплина «Основы теории и практики распространения издательской продукции» изучается студентами на третьем курсе очного обучения квалификации бакалавр взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками:

- Печатные и электронные средства информации,
- Современное издательское дело,
- Продвижение издательской продукции
- Маркетинг в издательском деле,
- Логистика,
- Основы теории и практики распространения периодических изданий

Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов)

3.1. Виды учебной работы и трудоемкость

(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	5 семестр	6 семестр
	Аудиторные занятия	108	54	54
	В том числе:			
1	Лекции	54	36	18
2	Семинарские/практические занятия	54	36	18
3	Лабораторные занятия	-	-	-

	Самостоятельная работа	72	36	36
	В том числе:			
1	Изучение специальной и учебной литературы, подготовка докладов, сообщений, рефератов	72	36	36
	Промежуточная аттестация			
	Экзамен		Экзамен	Экзамен
	Итого	180	90	90

2.1.2. Очно-заочная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестр 6
	Аудиторные занятия	54	54
	В том числе:		
1	Лекции	18	18
2	Семинарские/практические занятия	36	36
3	Лабораторные занятия	-	-
	Самостоятельная работа	126	126
	В том числе:		
1	Изучение специальной и учебной литературы, подготовка докладов, рефератов, сообщений	126	126
	Промежуточная аттестация		
	Экзамен		
	Итого:	180	180

2.1.3. Заочная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестр 6
	Аудиторные занятия	20	20
	В том числе:		
1	Лекции	8	8
2	Семинарские/практические занятия	12	12
3	Лабораторные занятия	-	-
	Самостоятельная работа	160	160
	В том числе:		

1	Изучение специальной и учебной литературы, подготовка докладов, рефератов, сообщений	160	160
	Промежуточная аттестация		
	Экзамен		
	Итого:	180	180

3.2 Тематический план изучения дисциплины (по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

Разделы, темы дисциплины	Трудоемкость, час					
	Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
		Лекции	Семинарские /практически	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
Тема 1. Введение в дисциплину. Содержание, задачи и технологии распространения издательской продукции	20	6	6			8
Тема 2. Организация и технология распространения книжной продукции и информационные системы	20	6	6			8
Тема 3. Организация и технология оптовой торговли	20	6	6			8
Тема 4. Складская технология распространения книжных изданий	20	6	6			8
Тема 5. Организация книгораспространения в издательствах	20	6	6			8
Тема 6. Планировка, дизайн и мерчендайзинг в книготорговом предприятии	20	6	6			8
Тема 7. Оптовое звено в книгораспространении	20	6	6			8
Тема 8. Розница – завершающая стадия книгораспространения	20	6	6			8
Тема 9. Технология распространения печатных и электронных изданий за рубежом	20	6	6			8
Итого:	180	54	54			72

3.2.2. Очно-заочная форма обучения

Разделы, темы дисциплины	Трудоемкость, час					
	Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа 19
		Лекции	Семинарские/практические	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
Тема 1. Введение в дисциплину. Содержание, задачи и технологии распространения издательской продукции	20	2	4			14
Тема 2 Организация и технология распространения книжной продукции и информационные системы	20	2	4			14
Тема 3. Организация и технология оптовой торговли	20	2	4			14
Тема 4. Складская технология распространения книжных изданий	20	2	4			14
Тема 5. Организация книгораспространения в издательствах	20	2	4			14
Тема 6. Планировка, дизайн и мерчендайзинг в книготорговом предприятии	20	2	4			14
Тема 7. Оптовое звено в книгораспространении	20	2	4			14
Тема 8. Розница – завершающая стадия книгораспространения	20	2	4			14
Тема 9. Технология распространения печатных и электронных изданий за рубежом	20	2	4			14
Итого:	180	18	36			126

3.2.2. Заочная форма обучения

Разделы, темы дисциплины	Трудоемкость, час					
	Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
		Лекции	Семинары/практические	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
Тема 1. Введение в дисциплину. Содержание, задачи и технологии распространения издательской продукции	5	1				4
Тема 2. Организация и технология распространения книжной продукции и информационные системы	23	1	2			20
Тема 3. Организация и технология оптовой торговли	22	1	1			20
Тема 4. Складская технология распространения книжных изданий	17	1				16
Тема 5. Организация книгораспространения в издательствах	21		1			20
Тема 6. Планировка, дизайн и мерчендайзинг в книготорговом предприятии	25	1	4			20
Тема 7. Оптовое звено в книгораспространении	23	1	2			20
Тема 8. Розница – завершающая стадия книгораспространения	22	1	2			20
Тема 9. Технология распространения печатных и электронных изданий за рубежом	21	1				20
Итого:	180	8	12			160

3.3. Содержание основных тем дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину. Содержание, задачи и технологии распространения издательской продукции

Объект, предмет, методы дисциплины. Организации и системы в сфере распространения печатных и электронных изданий. Организации и системы в сфере распространения издательской продукции. Структуры систем: организационные, административные, информационные. Понятие и сущность технологии торговли печатными и электронными изданиями. Понятие технологии распространения печатных и электронных изданий. Технологический процесс и технологическая операция. Типовая структура технологического процесса предприятия распространения издательской продукции. Факторы, влияющие на организацию технологического процесса. Логистический подход к построению технологического процесса в издательствах и книготорговых предприятиях.

Тема 2. Организация и технология распространения книжной продукции и информационные системы

Системный подход в изучении технологии распространения книжной продукции. Моделирование технологических процессов в предприятиях распространения различных типов. Проблемы механизации и автоматизации технологических бизнес-процессов. Информационные системы и технология распространения издательской продукции. Распределительные центры. Взаимодействие торгового отдела издательства и оптовых и розничных предприятий. Входящие материальные потоки. Идентификация товаров, их обработка и подготовка их продаже. Этикетки и маркировка. Универсальные штрих-коды (УШК). Обработка заказов. Управление исходящими потоками. Документооборот в оптовых и розничных предприятиях книгораспространения. Виды и назначение документов, и порядок их составления. Потоки информации, системы электронного обмена данными (ЭОД). Системы доставки быстрого реагирования (БР). Принципы функционирования систем БР. Совместное использование данных. Организация транспортно-экспедиционных операций. Внедрение комплексных систем транспортировки, приема, хранения, подготовки к продаже товаров и обработки заказов. Основные элементы компьютерных информационных систем: УШК, ЭКТ (электронные кассовые терминалы), ЭОД, БР. Проблемы внедрения ЕОТР. 7 Управление товарными потоками. Организация процессов закупок. Разнообразие, ассортимент, уровень сервиса. Построение баланса запасов. Жизненный цикл товарной категории. Бюджетный план. Метод открытых заказов. Методы управления товарными запасами (ABC-анализ, XYZ-анализ) в оптовом и розничном звене. Распределение товаров по точкам. Типы поставщиков. Организация работы с поставщиками. Правовые и этические аспекты процесса закупок. Эксклюзивные территории. Эксклюзивное дилерство. Контракт на продажу с принудительным ассортиментом. Отказ от сделок. Двойное распределение. Проблемы механизации и автоматизации книготорговых технологических процессов и пути их решения.

Тема 3. Организация и технология оптовой торговли

Оптовая торговля издательской продукцией как объект деятельности. Стандарт оптового предприятия. Интегрированная модель организации и технологии товародвижения от закупок книжной продукции у издательства до сбыта товаров. Взаимоотношения в оптовой фирме с поставщиками и покупателями. Организация процесса закупок печатных и электронных изданий оптовым предприятием у издательств. Формирование ассортимента оптового предприятия. Способы представления книжной продукции мелкооптовым и розничным предприятиям распространения. Формирование заказов розничных предприятий по ассортиментным прайс-листам.

Тема 4. Складская технология распространения книжных изданий

Устройство и планирование склада. Роль склада в оптовом предприятии. Виды складов. Условия, влияющие на выбор места склада. Основные требования к устройству склада, содержанию территории, зданий и сооружений. Определение параметров склада и

потоков движения товаров. Расчет параметров зон склада. Оборудование склада. Внешнее складское оборудование. Стеллажное оборудование. Нормативы механизации склада издательской продукции. Подъемно-транспортное оборудование. Автоматизированная система управления складом. Основные критерии при выборе автоматизированной системы управления. Складская технология как часть корпоративной технологии. Управление складскими операциями в издательстве, в оптовом и розничном предприятии. Разработка технологии склада. Разработка внедрения учета и порядка документооборота. Основные бизнес процессы как составная часть технологического процесса на складе: приемка, хранение, подбор заказа, отгрузка, инвентаризации и др. Документооборот в оптовом предприятии. Проблемы возврата нереализованных товаров из мелкооптовых и розничных предприятий и их решение.

Тема 5. Организация книгораспространения в издательствах

Каналы книгораспространения формирует издательство, вернее его отдел распространения. На практике используются следующие стратегии:

- Торговые операции осуществляются от имени и за счет издательства (прямые каналы). Стратегия характерна для издательств-книжных клубов («Терра»), каталожной торговли («Мир книги»), интернет-издательств, издательств оргующих через интернет-магазин входящий в структуру издательства.
- Создается дочерняя книготорговая оптовая фирма, которой для минимизации налогооблагаемой базы с минимальной надбавкой оптом продаются поступающие тиражи. Заключить договор с фирмой-синдикатом, который уступается с небольшой надбавкой тираж и которая берет на себя агрегирование и дистрибьюцию тиражей многих издательств. В качестве таких фирм-синдикатов выступают фирмы упомянутые в предыдущем пункте. При этом небольшое издательство экономит на расходах, а фирма-синдикат расширяет свой ассортимент и соответственно клиентскую базу.
- Продавать в розницу через собственную книготорговую сеть или сети (например, сеть «Новый книжный – Буквоед» издательства «Эксмо», «Буква» - издательство АСТ).
- Организовать фирменный магазин. Встречается редко, примером может служить фирменный магазин издательства «Центрполиграф» в Москве на Октябрьской улице.

Тема 6. Планировка, дизайн и мерчендайзинг в книготорговом предприятии

Организация пространства магазина и мерчендайзинг. Стандарт розничного предприятия. Разработка проекта оформления и оборудования независимого и сетевого магазина. Планировка магазина. Расчеты торговой и неторговой площади магазина, установочной площади, площади выкладки товаров. Типы планировки размещения оборудования: «решетка», «трек», произвольная планировка. Размещение товаров. Принципы организации расчетного узла. Концепция дизайна книготорговых предприятий. Этапы выполнения оформительских работ. Фасады и вывески. Интерьер, книготорговое оборудование и мебель: прилавки, концевые стойки, рекламные прилавки и стеллажи, отдельно стоящие конструкции. Распределение торговых площадей для размещения товара. Способы представления товара: идейное представление, группы ассортимента, выравнивание цен, вертикальное представление, объемное представление, фронтальное представление. Технические средства в розничных предприятиях

распространения. Электронное представление товара, электронное оборудование. Атмосфера магазина. Визуальные компоненты. Освещение. Цвет. Музыка. Вывески и графическое оформление. Особенности дизайна специализированных магазинов.

Тема 7. Оптовая деятельность в книгораспространении

В организации оптовой книжной торговли наблюдается как стремление к расширению покупательского ядра за счет привлечения новых тематических разделов (проявляется синергетический эффект, ведущий к расширению покупательского ядра и снижения себестоимости оптовых услуг), так и тенденция к узкой специализации, обеспечивающей глубину ассортимента для отдельных покупательских групп (эффект аутсорсинга). В первом случае обеспечивается ширина ассортимента, во втором случае – глубина ассортимента.

На книжном рынке России действуют:

Издательские оптовые книготорговые фирмы (см. Тему 5).

Самостоятельные оптовые фирмы

Общероссийские

Интернет-магазины (оптовые закупки, розничные продажи)

Библиотечные коллекторы (оптовые закупки, розничные продажи)

Центральный коллектор библиотек БИБКОМ,

Центральный коллектор научно-технических библиотек (ЦКНБ)

В продвижении книг на оптовый рынок большое значение имеют международные книжные ярмарки, на которых заключаются договора о поставках книг, а также лицензионные договоры. Крупнейшая книжная ярмарка в мире – *Франкфуртская книжная ярмарка*.

Тема 8. Розница — завершающая стадия книгораспространения

Понятие и элементы процесса продажи. Методы продажи и их классификация. Технологические модели розничных предприятий распространения печатных и электронных изданий. Технологический процесс в розничном предприятии распространения. Автоматизация розничных предприятий распространения печатных и электронных изданий. Проблемы формирования ассортимента и заказа печатных и электронных изданий по перспективным пособиям, электронным ассортиментным прайс листам и др. Заключение сделки. Бизнес-процессы приемки, хранения, предпродажной подготовки товаров. Документальное оформление операций технологического процесса в рознице. Средства мерчандайзинга и представления товара в книжном магазине (независимом, сетевом). Использование оформительских средств. Информация о товаре. Демонстрация товара, способы выкладки товара. Решение конфликтных ситуаций в розничном распространении издательской продукции.

Обслуживание покупателей. Покупательский сервис. Книготорговые услуги. Этапы улучшения обслуживания покупателей. Правила розничной торговли издательской продукцией. Технология внемагазинных форм распространения книжной продукции. Характеристика основных форм внемагазинной торговли и перспективы их развития. Интерактивная электронная торговля, продажи в виртуальной реальности. Современное состояние и перспективы развития Интернет- торговли. Технология продажи печатных и электронных изданий в Интернет-магазине. Операции, выполняемые при заказе изданий и сопутствующих им товаров по прайс-листу, при оформлении покупки и выборе способов расчетов

за товары, при экспедировании покупок и других способов доставки (самовывоз и др.). Документооборот в Интернет-магазине. Библиотечный коллектор – специализированное предприятие по снабжению библиотек печатными и электронными изданиями. Типовой технологический процесс в библиотечном коллекторе.

Документальное оформление бизнес-процессов. Комплектование библиотек через Интернет, посредством подключения в режиме «online» к электронным полнотекстовым русскоязычным и зарубежным базам данных, с использованием тематических списков, очного комплектования. Бизнес-процессы по приемке товаров, их библиотечной обработке, доставке. Справочно-консультативные услуги в библиотечном коллекторе.

Прямые продажи, в том числе многоуровневые торговые сети. Технология прямых продаж. Методы прямых продаж. Активные и пассивные прямые продажи. Обслуживание покупателей во время прямой продажи издательской продукции. Технология продаж в многоуровневых торговых сетях.

Распространение издательской продукции через книжные клубы. Технология продаж в книжном клубе (отечественный и зарубежный опыт).

Почтово-посылочная торговля и Интернет-торговля. Технологический процесс и обслуживание покупателей на предприятиях почтово-посылочной торговли. Виды предприятий, осуществляющих распространение издательской продукции сопутствующих ей товаров в киосках.

Технология продаж печатных и электронных изданий в киоске. Распространение издательской продукции в не книжных сетевых супермаркетах. Принципы формирования ассортимента отделов издательской продукции и технология продаж.

Профессиональные и коммерческие книжные ярмарки. Их разновидности. Технология распространения книжной продукции на книжной ярмарке.

Тема 9. Технология распространения печатных и электронных изданий за рубежом

Зарубежные предприятия распространения издательской продукции. Издательское дело и распространение печатной продукции и электронных изданий за рубежом. Ассортимент зарубежного рынка печатных и электронных изданий. Устройства для чтения электронных книг. Автоматизация и механизация технологических процессов в оптовом и розничном звене. Технология в книжных магазинах за рубежом. Технология в книготорговых сетях. Интернет-торговля за рубежом и информационные технологии. Книжные клубы и их место среди каналов книгораспространения. Обслуживание покупателей.

Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

Практическое занятие 1. Технология распространения книжной продукции в независимом книжном магазине

Практическое занятие 2. Технология распространения книжной продукции в сетевых книжных магазинах

Практическое занятие 3. Складская технология в оптовом звене и книжном магазине

Практическое занятие 4. Технологические процессы распространения книжной продукции в издательствах

Практическое занятие 5. Книжные ярмарки как канал распространения книжной продукции

Практическое занятие 6. Интернет- торговля как канал распространения книжной продукции

Практическое занятие 7. Внемагазинные формы распространения книжной продукции («Книга-почтой», Книжные клубы, киоски ит.д.)

Лабораторные занятия

Не предусмотрены

Тематика курсовых проектов (работ)

Не предусмотрены

3. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1. Основная литература

1. Левкин Г.Г. **Логистика: теория и практика** – М.: Директ-Медиа, 2013. – 264 с. То же (Электронный ресурс)_ <http://www.knigafund.ru/books/185402>

2. Муртазина Э.Н., Фахрутдинова Э.З. **Логистика и управление цепями поставок** – М.: Изд-во КНИТУ, 2013. – 342 с. – То же (Электронный ресурс). - <http://www.knigafund.ru/books/185402>

4.2. Дополнительная литература:

1. Мастяева И.Н., Теселкина Е.С. **Логистические модели: учебно-метод. комплекс.** – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 364 с. – То же (Электронный ресурс). – <http://www.knigafund.ru/books/186113>

4.4. Электронные образовательные ресурсы

На платформе системы дистанционного обучения Московского Политеха имеется одноимённый поддерживающий курс, доступный по ссылке: <https://online.mospolytech.ru/local/crw/course.php?id=10744>

4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется

4. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда (необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций). Доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки).

5. Методические рекомендации

6.1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Студентам, изучающим дисциплину «Основы теории и практики распространения издательской продукции» следует использовать для подготовки к лекционным занятиям, выполнения практических работ, контрольных и тестовых заданий публикации последних лет (учебники, монографии, статьи из профессиональной периодики), а также отчеты и материалы профессиональных семинаров, конференций и круглых столов.

Студент должен посещать общественные и профессиональные мероприятия, такие как книжные выставки-ярмарки, на которых обсуждаются проблемы отрасли, ее современное состояние и перспективы, что позволит ему более профессионально разобраться в проблематике логистики книжного дела.

Практические работы следует выполнять на примере издательств, оптовых и розничных книготорговых предприятий. Работы должны быть представлены в виде электронных презентаций, сопровождаемых текстом (рефераты). Для их выполнения следует изучить источники по выбранной теме и практический опыт предприятия отрасли, на примере которого выполняется работа. Для этого следует изучать публикации в профессиональных периодических изданиях.

Для успешного выполнения курсовых работ и выпускной квалификационной работы целесообразно вести картотеку использованных источников в электронном виде, которая со временем поможет при их подготовке.

Студентам полезно участвовать в студенческих научно-практических конференциях и приобретать опыт публичных выступлений.

Во время выполнения письменных работ всех видов студентам следует стремиться к самостоятельной подготовке текстов и корректному использованию источников, а также помнить о документе «Положение о борьбе с плагиатом».

6.2. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Преподавателю дисциплины «Основы теории и практики распространения издательской продукции» рекомендуется прочитать первые вводные лекции, а затем проводить практические занятия. Задача лектора ввести студентов в терминологическую базу дисциплины, сформировать у них представление о границах предмета и смежных учебных курсах. Лекционный материал подкрепляется практическими заданиями, выполняемыми студентами самостоятельно на примере издательств и книготорговых предприятий. На практических занятиях студент выступает с рефератом по избранной теме, который обсуждается на занятиях. Иллюстративным материалом может служить электронная презентация, подготовленная студентом.

Для углубленного изучения, получения практических навыков и приобретения компетенций, целесообразно часть практических занятий перенести на предприятия отрасли. Для этого преподавателю необходимо иметь тесные связи с издательствами и книготорговыми предприятиями, ведущими специалистами данной сферы, что имеет большое значение для наполнения лекционного материала. Необходимо также привлекать специалистов отрасли для проведения мастер-классов.

Для того, чтобы студенты были в контексте сегодняшнего состояния книжной отрасли и развития логистики книжного дела, необходимо организовать посещение обучающимися международных и национальных книжных выставок-ярмарок, а также мероприятий для специалистов отрасли и посетителей (научных конференций, круглых столов, семинаров, презентаций новых проектов и изданий и т.д.). Необходимо использовать инновационные, эффективные в настоящее время, методы и средства обучения.

7. Фонд оценочных средств

7.1. Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: подготовка рефератов, представление и обсуждение докладов на семинарских занятиях.

. Форма промежуточной аттестации – зачет в 5-м семестре и экзамен в 6-м семестре.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают комплект заданий по темам для контроля освоения обучающимися разделов дисциплины при подготовке ими рефератов и контрольные вопросы для проведения зачета и экзамена.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижений обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по данной дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «зачет», «незачет», «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Форма промежуточной аттестации – ЭКЗАМЕН

Промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Шкала оценивания	Описание
Отлично	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом, Студент демонстрирует соответствие знаний, умений и навыков приведенных в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний, умений и навыков на новые нестандартные ситуации.
Хорошо	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений и навыков, приведенным в таблице показателей, либо, если при этом были допущены 2-3 несущественные ошибки.
Удовлетворительно	Выполнены все виды учебной нагрузки, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, в котором была освещена основная, наиболее важная часть материала, но при этом была допущена значительная ошибка или неточность.
Неудовлетворительно	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблице показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений и навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

7.3. Примерная тематика рефератов

по дисциплине «Основы теории и практики распространения издательской продукции»

1. Информационные системы в распространении издательской продукции
2. Особенности деятельности ВГО «Союзкнига»
3. Этап становления рыночной инфраструктуры распространения издательской продукции (1991-1994 г.г.)
4. Схемы распространения издательской продукции в оптовом звене
5. Структура и функции независимого книжного магазина
6. Сетевое предприятие по распространению издательской продукции. Его структура и функции
7. Перспективы развития рынка печатных и электронных изданий
8. Оптовое предприятие распространения издательской продукции
9. Современная система книгораспространения
10. Каналы распространения издательской продукции

7.4. Примерные вопросы к экзамену

по дисциплине «Основы теории и практики распространение издательской продукции»

1. Технология распространения печатных и электронных изданий. Ее содержание и задачи
2. Принципы формирования ассортимента предприятия распространения книжной продукции
3. Функции оптовой торговли. Технологический процесс оптового предприятия
4. Информационное обеспечение торгово-технологических процессов
5. Складская технология. Документооборот на складе розничного предприятия
6. Основные тенденции и перспективы развития технологии распространения книжной продукции в современной России.
7. Управление поставками в книжной торговле
8. Проблемы механизации и автоматизации книготорговых технологических процессов
9. Описать структуру и функции книготорговой сети
10. Описать специализированные предприятия распространения
11. Определить виды товарных запасов. Издержки по их содержанию
12. Описать выкладку товаров в торговом зале. Расчет площади выкладки товара
13. Выявить документооборот в книжной торговле
14. Описать расстановку издательской продукции в торговом зале
15. Описать распространение книжной продукции в не книжных сетях и супермаркетах
16. Выявить товарные запасы в сфере распространения книжной продукции
17. Проанализируйте технологический процесс и его содержание
18. Проанализируйте технологический процесс в книготорговой сети
19. Проанализируйте способы представления товаров в розничном звене
20. Проанализируйте документооборот в книжном магазине
21. Проанализируйте методы торговли книжной продукцией
22. Проанализировать взаимодействие оптового предприятия с поставщиками и покупателями
23. Проанализируйте технологический процесс распространения книжной продукции в киоске
24. Проанализируйте мерчендайзинг в розничном предприятии книжной торговли