

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1145248	Управление в издательском деле

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Издательское дело 2. Печатные, электронные и интернет-издания	Код ОП 1. 42.03.03/33.01 2. 42.03.03/33.02
Направление подготовки 1. Издательское дело	Код направления и уровня подготовки 1. 42.03.03

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Полещук Юлия Вячеславовна	без ученой степени, без ученого звания	Преподаватель	издательского дела

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Управление в издательском деле

1.1. Аннотация содержания модуля

Данный модуль является вариативным для направления «Издательское дело» способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач, создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем, отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности, исследовать книжный рынок, рынок электронных изданий, средств массовой информации и конкурентной среды с целью выработки маркетинговой стратегии издательского предприятия, создавать новые издательские проекты, принимать управленческие решения и осуществлять оперативный контроль проектной издательской деятельности. В модуль входят следующие дисциплины: "Логистика в книжном деле", "Менеджмент в книжном деле", "Продвижение сайта".

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Проект по модулю «Управление в издательском деле»	1
2	Логистика в книжном деле	3
3	Менеджмент в книжном деле	2
4	Продвижение сайта	3
ИТОГО по модулю:		9

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
---------------------------	--------------------------------	--

1	2	3
<p>Логистика в книжном деле</p>	<p>ОПК-4 - Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p>	<p>З-1 - Изложить основные принципы функционирования организаций различного типа, распространённые в профессиональной области</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом организационных политик и процедур в организациях различного типа</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде, вырабатывать стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом политик и процедур профессиональной деятельности, характерных для организаций различного типа</p>
	<p>ПК-4 - Способен исследовать книжный рынок, рынок электронных изданий, средств массовой информации и конкурентной среды с целью выработки маркетинговой стратегии издательского предприятия</p> <p>(Издательское дело)</p>	<p>З-2 - Характеризовать методику маркетинговых исследований книжного рынка, основные каналы продвижения издательской продукции и основные способы маркетингового анализа целевой аудитории и читательского адреса</p> <p>У-2 - Выбирать методы распространения издательской продукции в зависимости от типа и уровня издания, особенностей его аудитории, региона, рыночной конъюнктуры</p> <p>П-2 - Разрабатывать рекомендации по совершенствованию предприятий книжного бизнеса на основе маркетингового анализа</p>
	<p>ПК-4 - Способен исследовать книжный рынок, рынок электронных изданий, средств массовой информации и конкурентной среды с целью выработки маркетинговой стратегии издательского предприятия</p> <p>(Печатные, электронные и интернет-издания)</p>	<p>З-2 - Характеризовать методику маркетинговых исследований книжного рынка, основные каналы продвижения издательской продукции и основные способы маркетингового анализа целевой аудитории и читательского адреса</p> <p>У-2 - Выбирать методы распространения издательской продукции в зависимости от типа и уровня издания, особенностей его аудитории, региона, рыночной конъюнктуры</p>

		<p>П-2 - Разрабатывать рекомендации по совершенствованию предприятий книжного бизнеса на основе маркетингового анализа</p>
<p>ПК-4 - Способен исследовать книжный рынок, рынок электронных изданий, средств массовой информации и конкурентной среды с целью выработки маркетинговой стратегии издательского предприятия</p> <p>(Печатные, электронные и интернет-издания)</p>	<p>3-2 - Характеризовать методику маркетинговых исследований книжного рынка, основные каналы продвижения издательской продукции и основные способы маркетингового анализа целевой аудитории и читательского адреса</p> <p>У-2 - Выбирать методы распространения издательской продукции в зависимости от типа и уровня издания, особенностей его аудитории, региона, рыночной конъюнктуры</p> <p>П-2 - Разрабатывать рекомендации по совершенствованию предприятий книжного бизнеса на основе маркетингового анализа</p>	
<p>ПК-7 - Способен разрабатывать инновационные проекты в области редакционно-издательских, информационных и маркетинговых технологий в издательском деле</p> <p>(Издательское дело)</p>	<p>3-1 - Характеризовать основные процессы формирования ассортиментной политики издательств и книготорговых предприятий, слагаемые и специфику менеджмента СМИ</p> <p>У-1 - Идентифицировать типологические и классификационные схемы, принципы репертуарной и тиражной политики в области издания и распространения печатных и электронных средств информации различной тематической направленности в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности</p> <p>П-1 - Оформлять аналитические отчеты об эффективности и совершенствованию предприятий книжного бизнеса</p>	
<p>ПК-7 - Способен разрабатывать инновационные проекты в области редакционно-издательских, информационных и маркетинговых технологий в издательском деле</p> <p>(Печатные, электронные и интернет-издания)</p>	<p>3-1 - Характеризовать основные процессы формирования ассортиментной политики издательств и книготорговых предприятий, слагаемые и специфику менеджмента СМИ</p> <p>У-1 - Идентифицировать типологические и классификационные схемы, принципы репертуарной и тиражной политики в области издания и распространения печатных и электронных средств информации различной тематической направленности в целях получения</p>	

		<p>эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности</p> <p>П-1 - Оформлять аналитические отчеты об эффективности и совершенствованию предприятий книжного бизнеса</p>
	<p>ПК-7 - Способен разрабатывать инновационные проекты в области редакционно-издательских, информационных и маркетинговых технологий в издательском деле</p> <p>(Печатные, электронные и интернет-издания)</p>	<p>З-1 - Характеризовать основные процессы формирования ассортиментной политики издательств и книготорговых предприятий, слагаемые и специфику менеджмента СМИ</p> <p>У-1 - Идентифицировать типологические и классификационные схемы, принципы репертуарной и тиражной политики в области издания и распространения печатных и электронных средств информации различной тематической направленности в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности</p> <p>П-1 - Оформлять аналитические отчеты об эффективности и совершенствованию предприятий книжного бизнеса</p>
<p>Менеджмент в книжном деле</p>	<p>ОПК-4 - Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p>	<p>З-3 - Перечислить нормативные документы, содержащие требования к выполнению работником своих профессиональных функций</p> <p>З-4 - Дать обзор основных стратегий поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом организационных политик и процедур в организациях различного типа</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде, вырабатывать стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом политик и процедур профессиональной деятельности, характерных для организаций различного типа</p>
	<p>ПК-4 - Способен исследовать книжный рынок, рынок электронных изданий, средств массовой</p>	<p>З-2 - Характеризовать методику маркетинговых исследований книжного рынка, основные каналы продвижения издательской продукции и основные</p>

<p>информации и конкурентной среды с целью выработки маркетинговой стратегии издательского предприятия</p> <p>(Издательское дело)</p>	<p>способы маркетингового анализа целевой аудитории и читательского адреса</p> <p>У-1 - Анализировать текущее состояние современного книжного рынка и рынка электронных изданий в России и за рубежом</p> <p>П-1 - Оформлять результаты маркетинговых исследований рынка печатных, электронных и интернет-изданий для перспективных разработок</p>
<p>ПК-4 - Способен исследовать книжный рынок, рынок электронных изданий, средств массовой информации и конкурентной среды с целью выработки маркетинговой стратегии издательского предприятия</p> <p>(Печатные, электронные и интернет-издания)</p>	<p>З-2 - Характеризовать методику маркетинговых исследований книжного рынка, основные каналы продвижения издательской продукции и основные способы маркетингового анализа целевой аудитории и читательского адреса</p> <p>У-1 - Анализировать текущее состояние современного книжного рынка и рынка электронных изданий в России и за рубежом</p> <p>П-1 - Оформлять результаты маркетинговых исследований рынка печатных, электронных и интернет-изданий для перспективных разработок</p>
<p>ПК-4 - Способен исследовать книжный рынок, рынок электронных изданий, средств массовой информации и конкурентной среды с целью выработки маркетинговой стратегии издательского предприятия</p> <p>(Печатные, электронные и интернет-издания)</p>	<p>З-2 - Характеризовать методику маркетинговых исследований книжного рынка, основные каналы продвижения издательской продукции и основные способы маркетингового анализа целевой аудитории и читательского адреса</p> <p>У-1 - Анализировать текущее состояние современного книжного рынка и рынка электронных изданий в России и за рубежом</p> <p>П-1 - Оформлять результаты маркетинговых исследований рынка печатных, электронных и интернет-изданий для перспективных разработок</p>
<p>ПК-7 - Способен разрабатывать инновационные проекты в области редакционно-издательских, информационных и маркетинговых</p>	<p>З-1 - Характеризовать основные процессы формирования ассортиментной политики издательств и книготорговых предприятий, слагаемые и специфику менеджмента СМИ</p> <p>У-1 - Идентифицировать типологические и классификационные схемы, принципы репертуарной и тиражной политики в области издания и распространения</p>

<p>технологий в издательском деле</p> <p>(Издательское дело)</p>	<p>печатных и электронных средств информации различной тематической направленности в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности</p> <p>П-2 - Разрабатывать концепцию и стратегическую программу деятельности издательского / книготоргового предприятия на книжном рынке и организовывать рекламные кампании</p>
<p>ПК-7 - Способен разрабатывать инновационные проекты в области редакционно-издательских, информационных и маркетинговых технологий в издательском деле</p> <p>(Печатные, электронные и интернет-издания)</p>	<p>З-1 - Характеризовать основные процессы формирования ассортиментной политики издательств и книготорговых предприятий, слагаемые и специфику менеджмента СМИ</p> <p>У-1 - Идентифицировать типологические и классификационные схемы, принципы репертуарной и тиражной политики в области издания и распространения печатных и электронных средств информации различной тематической направленности в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности</p> <p>П-2 - Разрабатывать концепцию и стратегическую программу деятельности издательского / книготоргового предприятия на книжном рынке и организовывать рекламные кампании</p>
<p>ПК-7 - Способен разрабатывать инновационные проекты в области редакционно-издательских, информационных и маркетинговых технологий в издательском деле</p> <p>(Печатные, электронные и интернет-издания)</p>	<p>З-1 - Характеризовать основные процессы формирования ассортиментной политики издательств и книготорговых предприятий, слагаемые и специфику менеджмента СМИ</p> <p>У-1 - Идентифицировать типологические и классификационные схемы, принципы репертуарной и тиражной политики в области издания и распространения печатных и электронных средств информации различной тематической направленности в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности</p> <p>П-2 - Разрабатывать концепцию и стратегическую программу деятельности издательского / книготоргового</p>

		предприятия на книжном рынке и организовывать рекламные кампании
Продвижение сайта	ОПК-4 - Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры	<p>З-2 - Объяснять специфику и содержание профессиональных функций в организациях различного типа</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом организационных политик и процедур в организациях различного типа</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде, вырабатывать стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом политик и процедур профессиональной деятельности, характерных для организаций различного типа</p>
	<p>ПК-4 - Способен исследовать книжный рынок, рынок электронных изданий, средств массовой информации и конкурентной среды с целью выработки маркетинговой стратегии издательского предприятия</p> <p>(Издательское дело)</p>	<p>З-1 - Изложить динамику развития печатных, электронных и интернет-изданий на современном медиарынке в России и за рубежом</p> <p>У-2 - Выбирать методы распространения издательской продукции в зависимости от типа и уровня издания, особенностей его аудитории, региона, рыночной конъюнктуры</p> <p>П-2 - Разрабатывать рекомендации по совершенствованию предприятий книжного бизнеса на основе маркетингового анализа</p>
	<p>ПК-4 - Способен исследовать книжный рынок, рынок электронных изданий, средств массовой информации и конкурентной среды с целью выработки маркетинговой стратегии издательского предприятия</p> <p>(Печатные, электронные и интернет-издания)</p>	<p>З-1 - Изложить динамику развития печатных, электронных и интернет-изданий на современном медиарынке в России и за рубежом</p> <p>У-2 - Выбирать методы распространения издательской продукции в зависимости от типа и уровня издания, особенностей его аудитории, региона, рыночной конъюнктуры</p> <p>П-2 - Разрабатывать рекомендации по совершенствованию предприятий книжного бизнеса на основе маркетингового анализа</p>
	ПК-4 - Способен исследовать книжный	З-1 - Изложить динамику развития печатных, электронных и интернет-изданий

<p>рынок, рынок электронных изданий, средств массовой информации и конкурентной среды с целью выработки маркетинговой стратегии издательского предприятия</p> <p>(Печатные, электронные и интернет-издания)</p>	<p>на современном медиарынке в России и за рубежом</p> <p>У-2 - Выбирать методы распространения издательской продукции в зависимости от типа и уровня издания, особенностей его аудитории, региона, рыночной конъюнктуры</p> <p>П-2 - Разрабатывать рекомендации по совершенствованию предприятий книжного бизнеса на основе маркетингового анализа</p>
<p>ПК-7 - Способен разрабатывать инновационные проекты в области редакционно-издательских, информационных и маркетинговых технологий в издательском деле</p> <p>(Издательское дело)</p>	<p>З-2 - Объяснять специфику издательских проектов, этапов подготовки издания, зон редакторской ответственности, особенностей маркетинга и продвижения издания</p> <p>У-2 - Формулировать ключевые понятия, цели и задачи по рекламе и продвижению издательского продукта, опираясь на его концептуальные особенности</p> <p>П-2 - Разрабатывать концепцию и стратегическую программу деятельности издательского / книготоргового предприятия на книжном рынке и организовывать рекламные кампании</p>
<p>ПК-7 - Способен разрабатывать инновационные проекты в области редакционно-издательских, информационных и маркетинговых технологий в издательском деле</p> <p>(Печатные, электронные и интернет-издания)</p>	<p>З-2 - Объяснять специфику издательских проектов, этапов подготовки издания, зон редакторской ответственности, особенностей маркетинга и продвижения издания</p> <p>У-2 - Формулировать ключевые понятия, цели и задачи по рекламе и продвижению издательского продукта, опираясь на его концептуальные особенности</p> <p>П-2 - Разрабатывать концепцию и стратегическую программу деятельности издательского / книготоргового предприятия на книжном рынке и организовывать рекламные кампании</p>
<p>ПК-7 - Способен разрабатывать инновационные проекты в области редакционно-издательских,</p>	<p>З-2 - Объяснять специфику издательских проектов, этапов подготовки издания, зон редакторской ответственности, особенностей маркетинга и продвижения издания</p>

	<p>информационных и маркетинговых технологий в издательском деле</p> <p>(Печатные, электронные и интернет-издания)</p>	<p>У-2 - Формулировать ключевые понятия, цели и задачи по рекламе и продвижению издательского продукта, опираясь на его концептуальные особенности</p> <p>П-2 - Разрабатывать концепцию и стратегическую программу деятельности издательского / книготоргового предприятия на книжном рынке и организовывать рекламные кампании</p>
<p>Проект по модулю «Управление в издательском деле»</p>	<p>ОПК-4 - Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p>	<p>З-1 - Изложить основные принципы функционирования организаций различного типа, распространённые в профессиональной области</p> <p>З-2 - Объяснять специфику и содержание профессиональных функций в организациях различного типа</p> <p>З-3 - Перечислить нормативные документы, содержащие требования к выполнению работником своих профессиональных функций</p> <p>З-4 - Сделать обзор основных стратегий поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом организационных политик и процедур в организациях различного типа</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде, вырабатывать стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом политик и процедур профессиональной деятельности, характерных для организаций различного типа</p>
	<p>ПК-4 - Способен исследовать книжный рынок, рынок электронных изданий, средств массовой информации и конкурентной среды с целью выработки маркетинговой стратегии</p>	<p>З-1 - Изложить динамику развития печатных, электронных и интернет-изданий на современном медиарынке в России и за рубежом</p> <p>З-2 - Характеризовать методику маркетинговых исследований книжного рынка, основные каналы продвижения издательской продукции и основные</p>

	<p>издательского предприятия</p>	<p>способы маркетингового анализа целевой аудитории и читательского адреса</p> <p>У-1 - Анализировать текущее состояние современного книжного рынка и рынка электронных изданий в России и за рубежом</p> <p>У-2 - Выбирать методы распространения издательской продукции в зависимости от типа и уровня издания, особенностей его аудитории, региона, рыночной конъюнктуры</p> <p>П-1 - Оформлять результаты маркетинговых исследований рынка печатных, электронных и интернет-изданий для перспективных разработок</p> <p>П-2 - Разрабатывать рекомендации по совершенствованию предприятий книжного бизнеса на основе маркетингового анализа</p>
	<p>ПК-7 - Способен разрабатывать инновационные проекты в области редакционно-издательских, информационных и маркетинговых технологий в издательском деле</p>	<p>З-1 - Характеризовать основные процессы формирования ассортиментной политики издательств и книготорговых предприятий, слагаемые и специфику менеджмента СМИ</p> <p>З-2 - Объяснять специфику издательских проектов, этапов подготовки издания, зон редакторской ответственности, особенностей маркетинга и продвижения издания</p> <p>У-1 - Идентифицировать типологические и классификационные схемы, принципы репертуарной и тиражной политики в области издания и распространения печатных и электронных средств информации различной тематической направленности в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности</p> <p>У-2 - Формулировать ключевые понятия, цели и задачи по рекламе и продвижению издательского продукта, опираясь на его концептуальные особенности</p> <p>П-1 - Оформлять аналитические отчеты об эффективности и совершенствованию предприятий книжного бизнеса</p> <p>П-2 - Разрабатывать концепцию и стратегическую программу деятельности</p>

		издательского / книготоргового предприятия на книжном рынке и организовывать рекламные кампании
--	--	---

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и очно-заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Логистика в книжном деле

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Слукина Светлана Александровна	кандидат экономических наук, доцент	Доцент	Кафедра экономики и управления на металлургических и машиностроитель ных предприятиях

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Слущина Светлана Александровна, Доцент, экономики и управления на металлургических и машиностроительных предприятиях

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	История и содержание логистики как науки. Основы логистического подхода к управлению производством и распределением продукции	Исторические истоки логистики. Определение логистики как науки и сферы практической деятельности. Особенности логистического подхода к управлению производством, отличия от традиционного. Понятия материального потока, логистической операции. Стадии движения основного материального потока в книжном деле. Основные логистические операции в книжном деле Логистическая система. Виды логистических систем. Особенности микрологистических, мезологистических и макрологистических систем. Суть основной концепции логистики: «Шесть правил логистики». Концепция компромиссов в логистике. Экономические компромиссы в изготовлении и реализации книжной продукции.
P2	Функционирование макрологистических систем	Особенности функционирования макрологистических систем. Участники, распределение функций в макрологистических системах. Основные участники макрологистических систем в книжном деле. Применение аутсорсинга в реализации логистических функций, логистика «Третьей стороны».

		<p>Интегрирующая роль «4PL-провайдеров» в макрологистических системах. «5-PL-логистика».</p> <p>Формирование и функционирование цепей поставок. Направления и формы интеграции в цепях поставок в книжном деле</p>
P3	Функционирование микрологистических систем	<p>Принцип выделения и состав подсистем микрологистической системы. Основы организации и функции службы логистики на предприятии. Выделение и состав основных разделов логистики как науки и функциональных сфер практической деятельности в логистике</p>
P4	Закупочная логистика	<p>Место закупочной логистики в структуре управления предприятием. Задачи закупочной логистики. Принципы организации и организационная структура службы закупочной логистики на предприятии. Современные тенденции в закупочной политике книготорговых предприятий</p> <p>Проблема выбора поставщиков, критерии выбора. Современные технологии размещения заказов в книжном деле. Проблема «make-or-buy» в сфере закупок в издательской деятельности и книготорговле</p>
P5	Логистика запасов	<p>Виды запасов в издательской и книготорговой сферах. Применение методов теории управления запасами для оптимизации текущего запаса материального ресурса (товара). Экономические основы оптимизации текущего запаса. Расчет оптимального объема партии закупки при мгновенном пополнении запаса и при непрерывном пополнении в течение определенного интервала времени. Расчет оптимального объема партии закупки при ступенчатом поведении затрат. Экономические основы оптимизации страхового запаса.</p> <p>Типы систем управления запасами: с фиксированным объемом заказа, с фиксированным интервалом времени между поставками, с установленной периодичностью пополнения запасов до постоянного уровня, система минимум-максимум. Преимущества, недостатки, условия применения различных систем.</p> <p>Методика проведения и интерпретация результатов ABC-XYZ анализа потребляемых ресурсов и реализуемой продукции.</p>
P6	Внутрипроизводственная логистика	<p>Полиграфические предприятия и издательства как объекты применения методов внутрипроизводственной логистики. Тенденции в изменении типов производства в книжном деле. Распространение мелкосерийного и единичного производства взамен крупносерийного и серийного. Современные требования рынка к производству книжной продукции. Формы индивидуализации свойств книжной продукции. Проблема определения оптимального тиража книжной продукции.</p> <p>Основные задачи внутрипроизводственной логистики. Подходы к построению внутрипроизводственных логистических систем. Пути обеспечения гибкости технико-технологической базы производства, организации информационного обеспечения.</p>

		<p>Варианты функциональной организации внутрипроизводственных логистических систем. Особенности "толкающих" и "тянущих" систем, характеристика известных их реализаций в информационно-плановых системах. Системы MRP, MRP-II, ERP, CSRP, ERP II. Системы Канбан, Just-in-time.</p> <p>Подходы к организации производства на базе современных логистической концепций. Концепция Lean production.</p>
P7	Распределительная логистика	<p>Содержание распределительной логистики. Задачи распределения в макро- и микрологистических системах.</p> <p>Каналы распределения: понятие, классификация. Функции каналов распределения. Особенности вертикальных каналов.</p> <p>Выбор распределительной стратегии предприятия, формирование распределительной сети. Оптимизация размещения распределительных центров. Особенности распределительных сетей в книготорговле. Этапы формирования системы распределения продукции издательства. Характеристика современного состояния каналов распределения книжной продукции в России. Инструменты продвижения книжной продукции.</p> <p>Системы VMI в книжном деле.</p>
P8	Транспортная логистика	<p>Содержание, основные задачи транспортной логистики. Подходы к выбору вида транспорта для грузоперевозок, особенности основных видов транспорта.</p> <p>Оптимизация транспортных процессов.</p>
P9	Информационная логистика. Логистический сервис	<p>Понятие информационного потока. Роль информационной системы в управлении производством и цепями поставок. Подходы к выбору и формированию информационно-плановых систем. EDI – системы электронного обмена информацией. Значение EDI в эффективном продвижении книжной продукции.</p> <p>Понятие, формы логистического сервиса. Этапы формирования системы сервиса. Оптимизация уровня сервиса. Варианты услуг при оптовой и розничной реализации книжной продукции.</p>

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	учебно-исследовательская, научно-исследовательская	Технология повышения коммуникативной	ПК-4 - Способен исследовать книжный рынок, рынок электронных изданий, средств	У-2 - Выбирать методы распространения издательской продукции в

	ая	компетентности	массовой информации и конкурентной среды с целью выработки маркетинговой стратегии издательского предприятия	зависимости от типа и уровня издания, особенностей его аудитории, региона, рыночной конъюнктуры
--	----	----------------	--	---

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Логистика в книжном деле

Электронные ресурсы (издания)

1. Гаджинский, А. М.; Логистика : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2017; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495765> (Электронное издание)
2. Гаджинский, А. М.; Практикум по логистике; Дашков и К°, Москва; 2017; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495764> (Электронное издание)
3. Гаджинский, А. М.; Проектирование товаропроводящих систем на основе логистики : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2020; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229288> (Электронное издание)
4. , Аникин, Б. А., Родкина, Т. А.; Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основы логистики : учебник.; Проспект, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=251686> (Электронное издание)
5. , Аникин, Б. А., Родкина, Т. А.; Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основные и обеспечивающие функциональные подсистемы логистики : учебник.; Проспект, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=251687> (Электронное издание)
6. Голдратт, Э., Э.; Я так и знал! Розничная торговля и Теория ограничений : научно-популярное издание.; Альпина Паблишер, Москва; 2018; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495609> (Электронное издание)
7. Муртазина, Э. М.; Логистика и управление цепями поставок : учебное пособие.; Казанский научно-исследовательский технологический университет, Казань; 2013; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259062> (Электронное издание)
8. Тебекин, А. В.; Логистика : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2018; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495837> (Электронное издание)
9. Николайчук, В. Е.; Логистический менеджмент : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2019; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572961> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Слукина, С. А., Вольф, Ф. В.; Инфраструктура и логистика промышленных предприятий : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки "Менеджмент" по профилям промышленного менеджмента.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2015 (24 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Пакет прикладных программ Microsoft Office Power Point 2003-2007
2. Пакет прикладных программ Microsoft Office Excel 2003-2007.
3. <http://logsystems.ru/articles/kontsepsiya-integririvannoi-logistiki>
4. <http://bigc.ru/publications/other/logistics/>
5. <http://www.up-pro.ru/library/logistics/>
6. <http://logistic-forum.lv/>
7. <http://logistic-forum.lv/menedzment-logistiki/sistema-lean-production>
8. <http://www.logisticsinfo.ru/>
9. <http://www.logistic.ru/>
10. Статистические данные Российской книжной палаты. – URL : <http://www.bookchamber.ru/statistics.html>
11. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития: ежегодный отраслевой доклад Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации – URL : <http://www.unkniga.ru/images/2021/docs/otr-doklad-kn-rynok-rossii-1.pdf>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. www.ecsocman.edu.ru – Федеральный образовательный портал Экономика. Социология. Менеджмент
2. <http://mirknig.com> – сайт «Мир книг»
3. www.consultant.ru - справочно-правовая система – Консультант Плюс
4. www.garant.ru - информационно-правовое обеспечение – Гарант
5. <http://study.ustu.ru> –портал информационно-образовательных ресурсов УрФУ
6. <http://librarybseuby.ucoz.ru> информационный сайт Библиотечка экономиста
7. <http://lib.urfu.ru> – информационный сайт Зональной библиотеки УрФУ

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Логистика в книжном деле

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

№ п/п	Виды занятий	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
2	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
3	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
4	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
5	Лабораторные занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p>

		Подключение к сети Интернет	
--	--	-----------------------------	--

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Менеджмент в книжном деле

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Плотникова Ирина Юрьевна	без ученой степени		издательского дела
2	Плотникова Ирина Юрьевна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподавате ль	

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Плотникова Ирина Юрьевна, Старший преподаватель,

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Понятие и сущность менеджмента в книжном деле	Предмет и задачи курса. Управление в условиях рыночной экономики. Менеджмент как самостоятельный вид профессиональной деятельности. Управленческая парадигма XXI века. Теоретический взгляд на природу, сущность и развитие управления. Учения об управлении. Позиции различных школ управления.
P2	Менеджер и его роль в книжном деле	Понятие «менеджер». Основные роли менеджера. Характер труда и профессиональная компетенция менеджера. Функции менеджера в книжном бизнесе (исследование рынка, продажи, реклама, продвижение книги и стимулирование сбыта, паблицити). Общие требования к менеджеру любого уровня. Модель взаимодействия человека и организационного окружения. Ролевой аспект взаимодействия человека и организации. Личностный аспект взаимодействия человека и организации. Научение поведению человека в организации. Роль менеджера в этом процессе.
P3	Предприятие как субъект управления	Классификация издательских и книготорговых структур. Организация и менеджмент. Позиция управления внутри организации. Менеджмент и внешнее окружение организации. Проектирование работы в организации книжной сферы. Функции управления организацией.

		<p>Проектирование организации книжной сферы. Факторы и элементы проектирования организации. Типы организаций книжной сферы: по взаимодействию с внешней средой, по взаимодействию подразделений, по взаимодействию с человеком. Новое в типах организаций.</p> <p>Управление программами и проектами в книжной сфере. Управление инновациями. Управление маркетингом.</p>
P4	Системный подход к организации управления	<p>Менеджмент как система. Миссия и цели организаций. Стратегическое управление организацией: стратегическое мышление, стратегические намерения, стратегический менеджмент.</p> <p>Стратегия фирмы. Типы стратегий бизнеса. Эталонные стратегии развития. Разработка стратегии на корпоративном уровне. Формирование стратегии на уровне подразделений. Стратегические бизнес-единицы компаний книжной сферы. Конкурентные силы и стратегия М.Портера. Формирование стратегии на функциональном уровне.</p> <p>Основные инструменты претворения стратегии в жизнь. Выполнение стратегии.</p> <p>Организационные процессы. Коммуникации в управлении. Принятие решений. Власть и влияние. Управление конфликтом.</p>
P5	Основные функции управления в книжном деле	<p>Содержание, цели и задачи внутрифирменного планирования, виды планов. Перспективное внутрифирменное планирование, его виды и цели. Среднесрочное и текущее планирование. Организационные формы внутрифирменного планирования. Особенности организационных структур менеджмента в издательствах и книготорговых организациях на современном этапе. Анализ результатов деятельности фирмы и контроль за действиями, необходимыми для достижения избранных целей.</p> <p>Мотивация деятельности. Теории содержания мотивации. Теории процесса мотивации. Организационная культура и ее влияние на организационную эффективность. Управление организационной культурой.</p> <p>Национальное в организационной культуре. Менеджмент в международном бизнесе. Классификация культур. Культурные горизонты и создание международных команд.</p>
P6	Информационное обеспечение управления предприятием	<p>Содержание и требования, предъявляемые к информации. Значение внутрифирменной системы информации. Основные принципы, цели, задачи и функции внутрифирменной системы информации. Внешние каналы информации. Технология информационной деятельности (материально-техническая база, виды технических средств, виды информационных технологий, информационные базы данных).</p>

Р7	Внутренняя и внешняя среда менеджмента	<p>Содержание понятия «предпринимательская среда». Анализ внутренней предпринимательской среды. Анализ внешней предпринимательской среды (анализ рыночных отношений, анализ спроса и предложения, анализ продвижения товара на рынке, анализ требований потребителя к товару, анализ хозяйственных связей, анализ общеэкономических факторов). Ситуационный анализ. Метод SWOT для анализа среды.</p> <p>Управление человеческими ресурсами. Роль и место подразделений по управлению человеческими ресурсами в организациях книжной сферы, планирование человеческих ресурсов.</p> <p>Лидерство и практические навыки менеджера. Основы лидерства. Концепции ситуационного лидерства. Новое в теориях лидерства.</p> <p>Современные подходы к формированию команд менеджеров. Профили командных ролей. Будущие формы организации.</p>
----	--	--

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	учебно-исследовательская, научно-исследовательская	Технология повышения коммуникативной компетентности	ПК-7 - Способен разрабатывать инновационные проекты в области редакционно-издательских, информационных и маркетинговых технологий в издательском деле	<p>З-1 - Характеризовать основные процессы формирования ассортиментной политики издательств и книготорговых предприятий, слагаемые и специфику менеджмента СМИ</p> <p>У-1 - Идентифицировать типологические и классификационные схемы, принципы репертуарной и тиражной политики в</p>

				<p>области издания и распространения печатных и электронных средств информации различной тематической направленности в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности</p> <p>П-2 - Разрабатывать концепцию и стратегическую программу деятельности издательского / книготоргового предприятия на книжном рынке и организовывать рекламные кампании</p>
--	--	--	--	---

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Менеджмент в книжном деле

Электронные ресурсы (издания)

1. , Коэн, А. Р.; Курс МВА по менеджменту: курс лекций : курс лекций.; Альпина Паблишер, Москва; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229847> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Кравченко, А. И.; История менеджмента : учеб. пособие для высшей школы.; Академический Проект, Москва; 2000 (4 экз.)

2. Мескон, М., Альберт, М., Хедоури, Ф.; Основы менеджмента : перевод с английского.; Дело, Москва; 1994 (1 экз.)

3. Зуб, А. Т., Садовничий, В. А.; Стратегический менеджмент. Теория и практика : учеб. пособие для вузов.; Аспект Пресс, Москва; 2004 (5 экз.)

4. Томпсон, А. А., Артур А., Стрикленд, А. Д. III; Стратегический менеджмент: концепции и ситуации : учебник для вузов : пер. 9-го англ. изд.; ИНФРА-М, Москва; 2000 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Менеджмент в книжном деле

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Подключение к сети Интернет	Cisco IP Base to Ent. Services license for 16 Port Catalyst 4500-X (L-C4500X-16P-IP-ES) Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Подключение к сети Интернет	Cisco IP Base to Ent. Services license for 16 Port Catalyst 4500-X (L-C4500X-16P-IP-ES) Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
3	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Подключение к сети Интернет	Cisco IP Base to Ent. Services license for 16 Port Catalyst 4500-X (L-C4500X-16P-IP-ES) Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

4	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Cisco IP Base to Ent. Services license for 16 Port Catalyst 4500-X (L-C4500X-16P-IP-ES)</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Продвижение сайта

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Шутова Алена Сергеевна	без ученой степени, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Шутова Алена Сергеевна, Доцент, культурологии и дизайна

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Введение в предмет «Продвижение сайта»	Трансформация коммуникативной модели «один ко многим» в модель «многие ко многим», принцип интерактивности. «PUSH» и «PULL» модели инициации коммуникативного процесса в интернете. Построение системы маркетинга фирмы на основе использования web-сервера. Основные средства маркетинговых коммуникаций в интернете: реклама; формирование общественного мнения; персональные продажи; стимулирование сбыта. Основные принципы и технологии интернет-рекламы. Рекламные носители в интернете.
P2	Аудитория интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта	Структура российской и международной аудитории интернета. Источниковая база маркетинговых исследований в интернете. Основные принципы работы с аудиторией сайта. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту. Воздействие рекламных акций и других факторов на состав аудитории сайта. Динамика формирования и изменения аудитории сайта под воздействием рекламы и других факторов. Поток потребителей, переводящие их из одной категории в другую. Влияние рекламы и качества сайта на величину этих потоков. Ценовые модели размещения рекламы в интернете - фиксированная оплата (Flat Fee Advertising), оплата по количеству показов рекламы (CPM), оплата по количеству переходов (CPC), оплата по количеству посетителей (CPV) и т.д. Сравнение ценовых моделей размещения рекламы.

P3	Анонсирование сайта в поисковых системах. Поисковая оптимизация.	Понятие и цели поисковой оптимизации. Критерии ранжирования – текстовые, ссылочные и критерии пользовательской оценки. Релевантность документа. Оценка значимости фрагментов, системы выявления ключевых слов. Индекс цитирования – PageRank, ВИЦ. Методы поисковой оптимизации. Основные способы поиска информации и соответствующие им методы поисковой оптимизации. Правила создания страниц, наиболее релевантных запросу. Создание оптимизированного контента сайта – составление семантического ядра, корректировка структуры и текстов сайта, текстов ссылок на сайт, наращивание объема контента. Тестирование эффективности поисковой оптимизации. Повышение индекса цитирования. Неэтичные методы оптимизации – спамдексинг. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах.
P4	Технологии баннерной рекламы	Полномасштабная баннерная кампания. Импульсная поддержка ресурса. Поддерживающая кампания. Таргетинг. Перераспределение трафика. Баннерные брокеры. Брокеры рекламных площадок. Достоинства и недостатки баннерного обмена. Эффект выгорания баннерной рекламы. Обмен ссылками. Практика использования баннерной рекламы.
P5	Технологии контекстной рекламы	Определение контекстной рекламы. Назначение контекстной рекламы. Круг пользователей контекстной рекламы. Системы контекстной рекламы – Yandex-Direct, BEGUN, GOOGLE ADWORDS, RORER. Медиаплан и создание рекламной кампании. Выбор площадок для размещения рекламы. Аукционы, рекламные агентства. Постклик-анализ и поведенческий таргетинг.
P6	Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization). PR в интернете. Методы создания виртуального сообщества интернет-проекта	История возникновения и сущность SMO. Смоптимизация. Закладки (букмаркинг). Теги. RSS. Правила создания контента - стимуляция внимания, стимуляция общения. Основные отличия онлайн-ового PR от традиционного. Основные инструменты PR в интернете. Низкобюджетный PR. Коммуникационные, информационные и коммерческие методы создания виртуального сообщества интернет-проекта для решения проблемы удержания посетителей.
P7	Медиапланирование. Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб-аналитика	Медиапланирование. Проблемы конверсии. Основные принципы генерации входящего трафика веб-сайта - таргетинг, коммуникейшн-микс, веб-аналитика, тайминг. Основные термины и показатели эффективности интернет-рекламы. Методы сбора информации для анализа. Критерии оценки эффективности интернет-рекламы. Методы анализа эффективности рекламы. Веб-аналитика. Работа с системами веб-аналитики. Система Google Analytics. Анализ ключевых показателей результативности (KPI) с помощью системы Google Analytics.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Формирование информационно й культуры в сети интернет	учебно-исследовательская, научно-исследовательская	Технология повышения коммуникативной компетентности	ПК-4 - Способен исследовать книжный рынок, рынок электронных изданий, средств массовой информации и конкурентной среды с целью выработки маркетинговой стратегии издательского предприятия	З-1 - Изложить динамику развития печатных, электронных и интернет-изданий на современном медиарынке в России и за рубежом У-2 - Выбирать методы распространения издательской продукции в зависимости от типа и уровня издания, особенностей его аудитории, региона, рыночной конъюнктуры

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Продвижение сайта

Электронные ресурсы (издания)

1. Кобелев, О. А., Пирогов, С. В.; Электронная коммерция : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496127> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Юрасов, А. В.; Основы электронной коммерции : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Прикладная информатика" и другим специальностям.; Горячая линия - Телеком, Москва; 2014 (1 экз.)

2. Жвалевский, А. В.; Создание и раскрутка сайта без напряжения; Питер, Москва [и др.]; 2012 (1 экз.)

3. Орлов, Л. В.; Web-сайт без секретов; Новый издательский дом, Москва; 2004 (1 экз.)

4. Васильев, В. В.; Практикум по WEB-технологиям : [для студентов вузов, обучающихся по специальности 071201 "Библиотечно-информационная деятельность"].; Форум, Москва; 2013 (1 экз.)

5. Басыров, Р.; 1С-Битрикс: Постройте профессиональный сайт сами!; Питер, Санкт-Петербург [и др.];

2009 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

- Юрасов А.В. Основы электронной коммерции = Учебник для вузов. — М.: Горячая линия (издательство). Телеком, 2014.

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

- Российское образование. Федеральный портал . <http://www.edu.ru/>
- Портал поддержки образования в РФ <http://www.testor.ru/page.aspx>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Продвижение сайта

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лабораторные занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

		Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	
3	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
4	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
5	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM