

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 13.10.2023 16:00:55
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)



УТВЕРЖДАЮ
Директор института
издательского дела и журналистики

Е.Л. Хохлогорская
Е.Л. Хохлогорская

« 30 » августа 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Инновационные технологии в издательском деле»

Направление подготовки
42.04.03 «Издательское дело»

Профиль «Современное издательское дело: инновационные практики

Квалификация (степень) выпускника
Магистратура

Форма обучения
Очная, заочная

1. Цели освоения дисциплины «Инновационные технологии в издательском деле»:

Цели изучения дисциплины: формирование профессиональных компетенций, связанных с внедрением инновационных технологий в редакционно-издательский процесс и развитием издательского предприятия.

В процессе изучения курса необходимо решать задачи в следующих инновационных направлениях:

- ✓ отслеживание динамики развития книгоиздания (печатного и электронного) и медиа тренды на глобальном и российском рынке;
- ✓ применение цифровых технологий и прочих технических средств в издательском деле;
- ✓ организация редакционно-издательского процесса;
- ✓ проведение маркетинговых исследований; подготовка и использование рекламы и проведения рекламных акций;
- ✓ использование технологий искусственного интеллекта (ИИ) / *Artificial Intelligence* (AI), или генеративных нейросетей в книжном деле;
- ✓ сервисы коллективного финансирования (краудфандинг);
- ✓ определение направления и содержание инновационной деятельности издательства; организация деятельности и управление издательством;
- ✓ внедрение инновационных технологий в издательском деле.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Инновационные технологии в издательском деле» является составным элементом профессионального цикла магистерской программы. Дисциплина изучается студентами в первом семестре первого курса для получения квалификации (степени) магистр.

Логически и методически изучение дисциплины связано с базовыми знаниями, полученными при изучении курсов «Маркетинг-менеджмент в издательском деле», «Контент-редактирование», «Управление издательскими проектами». Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в результате изучения курсов «Книга и периодика в мировом медиапространстве».

Результаты обучения используются при преподавании дисциплин «Издательские стратегии», «Мультимедийные издания», при прохождении научно-исследовательской и производственной практики и написании магистерской диссертации.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Код компетенции	Результаты освоения ОП Содержание компетенции*	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**
УК 4.	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах),	ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том

	для академического и профессионального взаимодействия	числе на иностранном языке. ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке. ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научноисследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке
ПК-1	Способен организовывать и координировать процесс создания медиапродукта любого уровня сложности в разных медиа	ИПК - 1.1 Владеет приемами и методами работы с персоналом, методами оценки результативности его труда ИПК - 1.2 Координирует работу по подготовке и продвижению медиапродукта ИПК - 1.3 Обеспечивает внедрение инновационных технологий в издательскую деятельность
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере издательского дела	ИПК - 2.1 Анализирует проекты, предлагаемые авторами, и принимает решения о создании медиапродукта или о его отклонении ИПК - 2.2 Выявляет общественную потребность в издательской продукции и оценивать покупательский спрос ИПК - 2.3 Контролирует качество выполнения и временные затраты на редакционноиздательскую подготовку медиапродукта

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, всего 216 часов. Дисциплина «Инновационные технологии в издательском деле» изучается на первом курсе первого семестра: лекций – 18 час., практических занятий – 36 час., аудиторных – 54 час. самостоятельная работа – 126 час., экзамен – 3 час. Форма итогового контроля – экзамен.

Структура и содержание дисциплины «Инновационные технологии в издательском деле» по срокам и видам работы отражены в приложении 1.

Содержание разделов дисциплины

Тема1. Введение в дисциплину. Общая характеристика курса. Основные цель и задачи курса. Профессиональные компетенции. Рекомендуемая литература. Теоретики инновационной экономики. Понятие «инновации» и его генезис. Виды инноваций.

Общая характеристика курса. Основные цель и задачи курса. Рекомендуемая литература. Понятие «инновации» и его генезис. Теоретики инновационной экономики. Концептуализация инноваций. Диффузия инноваций (Э. Роджерс). Основные виды инноваций: *технологические; социальные (процессные), продуктовые, организационные, маркетинговые.*

Тема 2. Книжный рынок России (современное состояние, динамика выпуска по основным показателям, репертуарная политика). Медиа аналитика: медиа тренды на мировом и российском рынке (общая характеристика). Обзор цифровой сферы (мобильные и социальные медиа).

Общая характеристика тенденций развития книжного рынка на текущий период. Обзор медиа трендов на глобальном рынке (на текущий период).

Тема 3. Цифровые технологии в издательском деле. Технологические инновации (it-инновации) в издательском деле. Динамика развития рынка электронных книг в России и особенности медиапотребления. Основные драйверы роста рынка электронных книг в России. Структура рынка цифрового (электронного) книгоиздания.

Динамика развития рынка электронных книг в России и особенности медиапотребления. Основные драйверы роста рынка электронных книг в России (рост продаваемых в электронном формате наименований; рост средней цены электронной книги; расширение аудитории подписных сервисов, развитие самиздата с появлением селф-паблишинговых платформ, рост популярности аудиокниг). Структура рынка цифрового (электронного) книгоиздания: смешанные издательства, выпускающие печатные и электронные книги; цифровые издательства, электронные книжные магазины («ЛитРес») и онлайн-платформы; селф-паблишинговые платформы (*Ridero, Lulu* и пр.), подписные библиотечные сервисы (*Bookmate, Mybook*); компании, выпускающие аудиокниги. Краткий словарь электронного книгоиздания (агрегатор прав, Amazon, apps (applications), Apple iBookStore, Bookmate, букридер, верстка электронных книг, DRM, ePUB, FB2, PDF, Fixed Layout, Google Play, iBooks, Kobo, конвертация, Mobi, Kindel Format 8/KF8, Kindel in Motion, электронная книга и пр.). Производство цифровых (или электронных книг). Цифровые издательские продукты. Цифровые форматы. Форматы электронных книг. Электронные издания (ЭИ), их основные виды, аппарат. Депозитарии ЭИ. Цифровые предложения российских издательств. Онлайн-издания, гибридные издательские проекты. Технологии *print on demand (POD)*. Медиаконвергенция и издательский бизнес. *UGC*-контент в издательском деле. Кроссмедийные публикации. Контент-менеджмент в издательстве. Облачные технологии в издательском деле.

Тема 4. Цифровой Self-publishing (SP), или авторские и издательские платформы самопубликаций (генезис, типы SP, творческие и технологические аспекты, современное состояние). Обзор международных (глобальных) и российских платформ.

Феномен селф-паблишинга (*self-publishing, SP*): генезис, типы SP, творческие и технологические аспекты, современное состояние. Международные сервисы (*Lulu, Amazon Kindle Direct Publishing; Blurb, Smashwords* и пр.) и российские платформы самопубликаций (*Ridero, «ЛитРес: Самиздат»*); монетизируемые сервисы. Цифровые издательские проекты под брендом «Издательские решения» и *Ridero* (динамика выпуска, жанровая структура, критическая оценка и пр.). Сущность (и смысл), функции издательской деятельности в контексте SP. Рост цифрового «самиздата» в общей структуре электронного книгоиздания (по числу названий). Влияние селф-паблишинга на современный издательский бизнес.

Тема 5. Технологии искусственного интеллекта (ИИ) / *Artificial Intelligence (AI)* в книжном деле. Нейросети в креативных индустриях: от генерации текстов до их визуализации.

Технологии искусственного интеллекта (ИИ) / *Artificial Intelligence (AI)* в книжном деле. Обзор генеративных нейросетей: а) генерация текста (*GPT-3, ruGPT-3*); б) визуализация текста (*DALL-E 2* от *Open AI*, семейство моделей *Russian DALL-E, Midjourney, Dream* от *Wombo Art, Stable Diffusion* и пр.). Инновационные издательские проекты, созданные с использованием нейросетей. Книжные обложки и иллюстрации, созданные с помощью нейросетей. Вопросы авторского права в связи с использованием генеративных нейросетей. Перспективы использования технологии ИИ в креативных индустриях

Тема 6. Краудфандинг в издательском деле. Аутсорсинг, краудсорсинг, краудинвестинг, краудфандинг (определения, применение в издательском деле). Краудфандинговые платформы (российские, международные).

Краудфандинговые платформы, или сервисы коллективного финансирования: основные дефиниции (краудсорсинг, краудинвестинг, краудфандинг), идеология и функционирование. Международные крауд-платформы: *Kickstarter, IndieGoGo*. Российские крауд-платформы: *Planeta, Boomstarter, Crowdrepublic* и пр. Издательские проекты, реализованные с помощью крауд-платформ: общая типологическая характеристика, особенности маркетинга. Перспективы развития краудфандинга в России.

Тема 7. Понятие «издательский проект». Инновационные издательские проекты (дефиниции, общая типологическая характеристика). Печатные проекты с интеграцией цифровых технологий

Понятие «издательский проект». Типология издательских проектов. Инновационные издательские проекты (международный и российский рынок). Критерии инновационности. Креативные издательские проекты. Издательский проект в системе бизнес-планирования. Управление качеством издательской продукции. Методы контроля и оценки эффективности реализации инновационных проектов. Обзор интерактивных издательских проектов. Инновационные печатные проекты с интеграцией цифровых технологий (печатная книга+приложение), с использованием AR и VR-технологии. *Augmented Reality Books, AR-books* / книги с дополненной реальностью. Издательства, выпускающие AR-books (фиджитал

проекты): Devar, АСТ, ООО «Дом Печати Издательства Книготорговли «Капитал», Carlton Books и пр.). Интерактивные книжные приложения в современной медиасистеме: стратегии выпуска и продвижения. Технологические, софтверные, социокультурные и правовые ограничения, мешающие развитию рынка интерактивных книжных приложений (новому поколению цифровых книг).

Тема 8. Инновации в маркетинговой деятельности издательства. Рекламно-маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа.

Маркетинговые исследования рынка и постановка инновационных маркетинговых задач. Словарь основных терминов маркетинга (целевая аудитория, позиционирование, коммуникативная стратегия, дистрибьюция, ритейл, ивент-маркетинг, брендинг, диверсификация, сэмплинг, корпоративная стратегия и др.). Стратегии продвижения и продажи книг. Маркетинг в социальных медиа (SMM), интернет-маркетинг, контент-маркетинг, инфлюэнс-маркетинг. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Рекламно-маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа. Анализ успешных рекламно-маркетинговых кампаний по продвижению издательств и издательских проектов. Влияние маркетинга на современную культуру. Онлайн-маркетинг сервисов для чтения книг.

Тема 9. Инновационная деятельность и развитие издательства. Направления и содержания инновационной деятельности издательства. Инновационные технологии в производстве и реализации книжной продукции. Роль литературных агентств, книжного продюсирования в издательском бизнесе. Регулирование авторских прав на российском и глобальном рынке (общие вопросы). Законодательство об авторском праве в цифровой среде. Новые правовые инициативы (СС-лицензии) как альтернатива авторскому праву.

Инновационная деятельность издательства. Основные виды инноваций в издательском деле. Работа издательства с авторским коллективом. Заключение договора с автором. Оценка, рецензирование и одобрение авторского оригинала. Презентация издательского проекта. Аутсорсинг в издательском деле.

Литературные агентства, их основные функции (на примере зарубежных и российских агентств). Книжный продюсер vs книжный редактор (функции, компетенции).

Управление инновационным предприятием. Система внутреннего управления издательством. Управление персоналом издательского предприятия. Организация и стимулирование инновационной деятельности в издательстве. Методы управления. Методы и масштабы стимулирования. Тематическое планирование как основа плановой работы издательства.

Регулирование авторских прав на российском и глобальном рынке (общие вопросы). Проблемы авторского права в цифровой среде. Идеи копиленфта и *Creative Commons* (творческие общины). СС-лицензии как альтернатива современному законодательству об авторском праве. Общая характеристика основных типов СС-лицензий. Использование СС-лицензий в традиционном книгоиздании.

5. Образовательные технологии

При освоении дисциплины помимо традиционных лекций и практических занятий предусматривается использование активных и интерактивных форм проведения занятий:

- подготовка докладов по дисциплине, как правило, сопровождающихся электронными презентациями, подготовленными отдельными обучающимися или группами студентов;
- участие в «круглых столах» (в рамках практических занятий);
- участие в мастер-классах специалистов отрасли;
- работа в команде при выполнении отдельных творческих заданий.
- использование интернет-технологий для поиска нормативно-правовых актов, информационных и аналитических материалов по теме выпускной квалификационной работы;
- использование новых цифровых технологий при тестировании self-pub платформ;
- экскурсии в издательства.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций:

- подготовка докладов (эссе) с презентацией;
- подготовка творческих заданий.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают комплект заданий по темам для контроля освоения обучающимися разделов дисциплины при подготовке ими докладов, творческих заданий.

Комплект заданий по темам докладов и творческих заданий, вопросы к экзамену приведены в приложении 2.

6.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующие компетенции:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать
УК 4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
ПК-1	Способен организовывать и координировать процесс создания медиапродукта любого уровня сложности в разных медиа
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере издательского дела

В процессе освоения образовательной программы данные компетенции, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплин (модулей), практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

6.1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины (модуля), описание шкал оценивания

Показателем оценивания компетенций на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).

УК 4- Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия				
Показатель	Критерии оценивания			
	2	3	4	5
знать: правила составления и редактирования документации с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие знания правил составления и редактирования документации с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке.	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знания правил составления и редактирования документации с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие знания правил составления и редактирования документации с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке., но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие знания правил составления и редактирования документации с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке;свободно оперирует приобретенными знаниями.
уметь: устанавливать и развивать профессиональные контакты, осуществлять академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет устанавливать и развивать профессиональные контакты, осуществлять академическое и профессиональное взаимодействие с применением	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: устанавливать и развивать профессиональные контакты, осуществлять академическое и профессиональное взаимодействие с	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: устанавливать и развивать профессиональные контакты, осуществлять академическое и профессиональное взаимодействие с	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: устанавливать и развивать профессиональные контакты, осуществлять академическое и профессиональное взаимодействие с применением

<p>числе на иностранном языке.</p>	<p>современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке.</p>	<p>применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.</p>	<p>применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.</p>	<p>современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.</p>
<p>владеть: коммуникативной компетентностью в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке</p>	<p>Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет коммуникативной компетентностью в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке</p>	<p>Обучающийся владеет (но не в полном объеме) коммуникативной компетентностью в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей. Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.</p>	<p>Обучающийся частично владеет коммуникативной компетентностью в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке. Навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.</p>	<p>Обучающийся в полном объеме владеет коммуникативной компетентностью в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке; свободно применяет полученные навыки в ситуациях разной степени сложности.</p>
<p>ПК-1- Способен организовывать и координировать процесс создания медиапродукта любого уровня сложности в разных медиа</p>				
<p>Показатель</p>	<p>Критерии оценивания</p>			
	<p>2</p>	<p>3</p>	<p>4</p>	<p>5</p>

<p>знать: теоретические основы внедрения инновационных технологий в издательскую деятельность.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие знаний теоретических основ внедрения инновационных технологий в издательскую деятельность.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний теоретических основ внедрения инновационных технологий в издательскую деятельность. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, обучающийся испытывает затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие знаний теоретических основ внедрения инновационных технологий в издательскую деятельность допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения в изложении доминирующих тенденций развития издательского дела; демонстрации практических редакционно-издательских навыков.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний теоретических основ внедрения инновационных технологий в издательскую деятельность</p>
<p>уметь: координировать работу по подготовке и продвижению медиапродукта</p>	<p>Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет координировать работу по подготовке и продвижению медиапродукта.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: координировать работу по подготовке и продвижению медиапродукта. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: координировать работу по подготовке и продвижению медиапродукта. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: координировать работу по подготовке и продвижению медиапродукта. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях различной степени сложности.</p>
<p>владеть: приемами и методами работы с персоналом, методами оценки результативности его труда</p>	<p>Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет приемами и методами работы с персоналом, методами оценки результативности его труда</p>	<p>Обучающийся владеет приемами и методами работы с персоналом, методами оценки результативности его труда а, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей. Обучающийся</p>	<p>Обучающийся частично владеет приемами и методами работы с персоналом, методами оценки результативности его труда. Приемы и методы освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при</p>	<p>Обучающийся в полном объеме владеет приемами и методами работы с персоналом, методами оценки результативности его труда, свободно применяет полученные навыки в ситуациях</p>

		испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	различной степени сложности.
ПК-2 – Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере издательского дела				
Показатель	Критерии оценивания			
	2	3	4	5
знать: основные особенности издательских проектов, предлагаемых авторами.	Обучающийся не знает или в недостаточной степени знает основные особенности издательских проектов, предлагаемых авторами	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний основных особенностей издательских проектов, предлагаемых авторами. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие знаний основных особенностей издательских проектов, предлагаемых авторами..	Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний основных особенностей издательских проектов, предлагаемых авторами..
уметь: выявлять общественную потребность в издательской продукции и оценивать покупательский спрос.	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет выявлять общественную потребность в издательской продукции и оценивать покупательский спрос.	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: выявлять общественную потребность в издательской продукции и оценивать покупательский спрос. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений..	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений выявлять общественную потребность в издательской продукции и оценивать покупательский спрос. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: выявлять общественную потребность в издательской продукции и оценивать покупательский спрос. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях разной степени сложности.

<p>владеть: навыками контроля качества выполнения и временных затрат на редакционно-издательскую подготовку медиапродукта.</p>	<p>Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками контроля качества выполнения и временных затрат на редакционно-издательскую подготовку медиапродукта.</p>	<p>Обучающийся владеет навыками контроля качества выполнения и временных затрат на редакционно-издательскую подготовку медиапродукта. в неполном объеме, допускаются значительные ошибки. Обучающийся испытывает затруднения при применении навыков в новых ситуациях.</p>	<p>Обучающийся частично владеет навыками организации и контроля качества выполнения и временных затрат на редакционно-издательскую подготовку медиапродукта. Навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.</p>	<p>Обучающийся в полном объеме владеет навыками контроля качества выполнения и временных затрат на редакционно-издательскую подготовку медиапродукта, свободно применяет полученные навыки в ситуациях разной степени сложности.</p>
---	--	--	---	--

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание:

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине (модулю), при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине (модулю) методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно». *К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Инновационные технологии в издательском деле» (выполнили творческие задания, подготовили доклады, сообщения, выполнили курсовую работу).*

Шкала оценивания	Описание
Отлично	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным 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 и умений на новые, нестандартные ситуации.
Хорошо	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует неполное, правильное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, либо если при этом были допущены 2-3 несущественные ошибки.

Удовлетворительно	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, в котором освещена основная, наиболее важная часть материала, но при этом допущена одна 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 таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

Фонды оценочных средств представлены в приложении 2 к рабочей программе.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. *Зими́на Л. В.* Интерактивные книжные приложения в современной медиасистеме: стратегии выпуска и продвижения // Библиосфера. 2021. № 4. С. 29–38. <https://doi.org/10.20913/1815-3186-2021-4-29-38>.
2. *Зими́на Л. В.* Книжный продюсер vs книжный редактор в издательском бизнесе // Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. – М.: Фак. журн. МГУ, 2022. – С. 276 – 277.
3. *Зими́на Л. В.* Self-Publishing: Авторские и издательские интернет-платформы самопубликаций // Знак: Проблемное поле медиаобразования. 2017. N3 (25). С. 135 – 142. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/self-publishing-avtorskie-i-izdatelskie-internet-platformy-samopublikatsiy> (дата обращения: 04.09.2022)
4. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития / Отраслевой доклад под общ. ред. В.В. Григорьева. – Москва: Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ, 2022. – 92 с. URL: <https://bookunion.ru/upload/files/Bookmarket-2022.pdf?ysclid=182xv2h1mt289038322> (дата обращения: 04.09.2022)

б) дополнительная литература

1. *Ганова, М. Е.* Издательский проект в современном отечественном книгоиздании: типология, особенности моделирования : автореферат дис. ... кандидата филологических наук : 05.25.03 / Ганова Мария Евгеньевна; [Место защиты: Моск. гос. ун-т печати им. Ивана Федорова]. – Москва, 2015. – 29 с.
2. *Гершман М. А.* Инновационный менеджмент. — М.: Маркет ДС, 2008. — 200 с. — ISBN 5-7958-0150-6

3. *Джилл, Дэвис*. Отбор и оценка рукописей. — М. : Издательский дом «Университетская книга», 2008. — 227 с. — (Школа издательского бизнеса).
4. *Друкер, Питер*. Бизнес и инновации. — М.: Вильямс, 2007. — 432 с. — ISBN 0-88730-618-7
5. *Друкер, П.* Менеджмент. Вызовы XXI века. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 256 с.
6. *Зорина С. Ю.* Книжные люди. Кто создает, продает, продвигает книги в России? – М.: АСТ, 2021, – 592 с.
7. Как это делается: продюсирование в креативных индустриях [Электронный текст] / под ред. А. Качкаевой, А. Новиковой, Р. Юркиной. – М.: Издательские решения, 2016. – 380 с.

ОСНОВНЫЕ СТАНДАРТЫ ПО ИЗДАТЕЛЬСКОМУ ДЕЛУ

1. ГОСТ Р 7.0.3 -2006. Издания. Основные элементы. Термины и определения.
2. ГОСТ Р 7.0.60–2020. Издания. Основные виды. Термины и определения.
3. ГОСТ Р 7.0.83–2013. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения.
4. ГОСТ Р 7.0.100–2018. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления.
5. ГОСТ Р 7.0.4-2006. Издания. Выходные сведения. Общие требования и правила оформления.
6. ГОСТ Р 7.0.5–2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила.
7. ГОСТ 7.78-99. Издания. Вспомогательные указатели.

Обучающимся студентам следует самостоятельно следить за новейшими публикациями по следующим изданиям периодическим и продолжающимся изданиям (журналы, научные сборники):

Библиография и книговедение (<http://www.bookchamber.ru/journal.html>)

Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика
(<http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>)

Известия вузов. Проблемы полиграфии и издательского дела
(elibrary.ru/title_about.asp?id=7721)

Книжная индустрия (<https://www.bookind.ru>)

Медиаскоп (<http://www.mediascope.ru/>)

Меди@льманах (<http://www.journ.msu.ru/science/pub/media-almanac/>)

Университетская книга (<http://www.unkniga.ru/>)

в) программное обеспечение и интернет-ресурсы

- *профессиональные пакеты программных средств, которые студент должен использовать на аудиторных занятиях или при самостоятельной работе:*
Используется Microsoft Office (word, excel, powerpoint)

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

научная электронная библиотека (доступ к российской периодике, а также ограниченный доступ к электронным проектам периодики от ведущих издателей и информационных компаний—<http://www.elibrary.ru>

электронные библиографические указатели Российской книжной палаты (РКП: «Книги России», «Авторефераты диссертаций», «Статьи из российских журналов» и др. – <http://gbu.bookchamber.ru/>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

1. **Крауд-платформы: российские** (*Planeta.ru, Boomstarter.ru, Crowdfunder.ru*) **и международные** (*Kickstarter.com, IndieGoGo.com*) .
2. **Международные селф-публишинговые платформы:** Lulu.com, Amazon Kindle Direct Publishing <<https://kdp.amazon.com/signin>>; Smashwords <<http://www.smashwords.com>>; XinXii <<http://www.xinxii.com/ru>> и пр.
3. **Российская книжная палата** <<http://www.bookchamber.ru/>>.
4. **Publishit Ru** (портал об отечественном книгоиздании и книготорговле). URL: <http://publishit.ru/> (*в настоящее время не обновляется, но можно посмотреть архив*)
5. **Pro-books Ru:** Профессионально о книгах (лента новостей книжной отрасли, аналитические материалы и рейтинги, новости издательств, книжные новинки и пр.). URL: <http://pro-books.ru/>.
6. **Ridero.ru** — российская электронная издательская платформа для независимых авторов <<https://ridero.ru/>>.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для материально-технического обеспечения дисциплины необходимо использовать лекционную аудиторию, оснащенную проекционным оборудованием с ноутбуком (или ПК), подключенным к интернету (как для лекционных занятий, так и практических).

8. Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов

При реализации программы дисциплины используются различные образовательные технологии. Аудиторные занятия проводятся в виде лекций и практических занятий с использованием ПК или ноутбука, имеющего доступ к интернету (wi-fi), и проекционного оборудования.

Самостоятельная работа студентов осуществляется под руководством преподавателя (консультации и помощь при подготовке докладов (эссе); при выполнении практических заданий; при работе над индивидуальными творческими

заданиями).

Кроме того, при освоении дисциплины предусматривается:

- ЭОР «Инновационные технологии в издательском деле»: <https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=4754>
- участие в мастер-классах специалистов отрасли;
- работа в команде при выполнении ряда заданий;
- использование интернет-технологий для информационного поиска (нормативно-правовых актов, библиографических данных, теоретических источников / литературы по теме курса, аналитического материала);
- использование цифровых технологий при тестировании селф-паб платформ, платформ с использованием искусственного интеллекта (ИИ) / *Artificial Intelligence* (AI); платформ для создания AR-контента.
- экскурсии в издательства и на книжные выставки-ярмарки.

10. Методические рекомендации для преподавателя

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Инновационные технологии в издательском деле» осуществляется по последовательно-параллельной схеме на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках ОП и рабочего учебного плана по направлению 42.04.03 Издательское дело. Тематика практических занятий по разделам дисциплины и видам занятий отражена в рабочей программе.

Средства и методы обучения, применение которых наиболее эффективно для освоения тем дисциплины: мастер-классы специалистов отрасли, экскурсии в издательства; эссе (доклады) с электронными презентациями, творческие задания.

В качестве оценочных средств текущего контроля за успеваемостью целесообразно использовать доклады с электронными презентациями по отдельным темам программы, творческие задания.

Лекционные занятия проводятся в соответствии с содержанием настоящей рабочей программы. Подготовка к практическим занятиям обязательно включает в себя изучение конспектов лекционного материала для адекватного понимания условия и способа решения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

Основной формой итогового контроля образовательных результатов по всему курсу дисциплины предусматривается экзамен. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов составляются преподавателем самостоятельно при ежегодном обновлении банка средств.

Помимо перечисленных пунктов преподавателю дисциплины можно рекомендовать:

- осуществление мониторинга выпуска новых изданий научного характера (в т.ч. периодических) по дисциплине и смежным областям и использование этих

материалов при подготовке к занятиям;

- периодическое прохождение стажировки в издательствах (площадках практик студентов) и участие в обучающих семинарах по проблемам оптимизации процесса обучения (электронные технологии, современные педагогические практики и т.п.);

- ежегодное обновление практических заданий, а также изданий как объектов исследования, с учетом изменений ситуации в отрасли.

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки магистров **42.04.03 «Издательское дело»**.

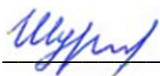
Программу составил(а):



Профессор кафедры издательского дела и книговедения, док. филол. наук, Л.В. Зими́на

Программа утверждена на заседании кафедры издательского дела и книговедения
30.06.2022 г., протокол № 14

Зав. кафедрой издательского
дела и книговедения,
канд. филол. наук, доцент



/ И.Л. Шурыгина /

Согласовано

Директор Высшей школы печати и медиаиндустрии

/Е.Л. Хохлогорская/

**Структура и содержание дисциплины «Инновационные технологии в издательском деле» по направлению подготовки
42.04.03 «Издательское дело» (магистр)**

n/n	Раздел	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов, и трудоемкость в часах					Виды самостоятельной работы Студентов					Формы аттестации		
				Л	П/С	Лаб	СРС	КСР	К.	ДС	ТЗ	Реферат	Эссе	Э	З	
1	Введение в дисциплину. Общая характеристика курса. Основные цель и задачи курса. Профессиональные компетенции. Рекомендуемая литература. Теоретики инновационной экономики. Понятие «инновации» и его генезис. Виды инноваций.	1	1	1	2		1									
2	Книжный рынок России (современное состояние, динамика выпуска по основным показателям, репертуарная политика). Медиа аналитика: медиа тренды на мировом и российском рынке (общая характеристика). Обзор цифровой сферы (мобильные и социальные медиа).	1	1-2	2	2		4			+		+				
3	Цифровые технологии в издательском деле. Технологические инновации (it-инновации) в издательском деле. Динамика развития рынка электронных книг в России и особенности медиапотребления. Основные драйверы роста рынка электронных книг в России. Структура рынка цифрового (электронного) книгоиздания.	1	3-4	2	8		6				+					

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Направление подготовки: 42.04.03 – Издательское дело

ОП (профиль): «Современный издательский процесс: инновационные практики»

Вид профессиональной деятельности:

редакционная подготовка печатных и электронных изданий;
продвижение и распространение издательской продукции;
управление издательскими процессами;
научно-педагогическая;
научно-исследовательская.

Форма обучения: очная

Кафедра: Издательского дела и книговедения

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Инновационные технологии в издательском деле

Составители: профессор кафедры издательского дела и книговедения, д. фил. н. Л.В. Зимина

ПОКАЗАТЕЛЬ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Инновационные технологии в издательском деле					
ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.03 – Издательское дело (уровень магистратура)					
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие профессиональные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технология формирования компетенций	Форма оценочного средства**	Степени уровней освоения компетенций
ИН-ДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				

УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	<p>ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке.</p> <p>ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке.</p> <p>ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научноисследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке.</p>	лекция, самостоятельная работа, практические занятия	ДС, ТЗ	<p>Базовый уровень: воспроизводство полученных знаний в ходе текущего контроля</p> <p>Повышенный уровень: практическое применение полученных знаний в процессе подготовки к практическим занятиям, к выступлению с докладом, к подготовке индивидуальных творческих заданий</p>
------	--	--	--	--------	---

ПК-1	Способен организовывать и координировать процесс создания медиапродукта любого уровня сложности в разных медиа	ИПК - 1.1 Владеет приемами и методами работы с персоналом, методами оценки результативности его труда ИПК - 1.2 Координирует работу по подготовке и продвижению медиапродукта ИПК - 1.3 Обеспечивает внедрение инновационных технологий в издательскую деятельность	лекции, самостоятельная работа, практические занятия	ДС, ТЗ	<p>Базовый уровень: воспроизводство полученных знаний в ходе текущего контроля</p> <p>Повышенный уровень практическое применение полученных знаний в процессе подготовки к практическим занятиям, к выступлению с докладом, к подготовке индивидуальных творческих заданий.</p>
------	--	---	--	--------	---

ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере издательского дела	<p>ИПК - 2.1 Анализирует проекты, предлагаемые авторами, и принимает решения о создании медиапродукта или о его отклонении</p> <p>ИПК - 2.2 Выявляет общественную потребность в издательской продукции и оценивать покупательский спрос</p> <p>ИПК - 2.3 Контролирует качество выполнения и временные затраты на редакционноиздательскую подготовку медиапродукта</p>	лекции, самостоятельная работа, практические занятия	ДС, ТЗ	<p>Базовый уровень: воспроизводство полученных знаний в ходе текущего контроля</p> <p>Повышенный уровень практическое применение полученных знаний в процессе подготовки к практическим занятиям, к выступлению с докладом, к подготовке индивидуальных творческих заданий.</p>
------	---	---	--	--------	---

Перечень оценочных средств по дисциплине «Инновационные технологии в издательском деле»

№ ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Доклад, сообщение (ДС)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно- практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
2	Творческое задание (ТЗ)	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

Вопросы к экзамену

по дисциплине Инновационные технологии в издательском деле
(наименование дисциплины)

Вопрос для проверки уровня обученности **ЗНАТЬ**:

1. Понятие «инновации». Основные виды инноваций в издательском деле.
2. Современная система российского книгоиздания: динамика выпуска (основные статистические показатели), издательская структура, репертуарная политика.
3. Понятие «издательская серия». Принцип серийности в современной издательской практике.
4. Определение электронного издания. Основные виды электронных изданий (согласно ГОСТ Р 7.0.83-2013 «Электронные издания. Основные виды и выходные сведения» и ГОСТ Р 7.0.60-2020 «Издания. Основные виды. Термины и определения»). Государственный учет и статистика электронных изданий в России.
5. Общая типологическая характеристика изданий (ГОСТ Р 7.0.60-2020 «Издания. Основные виды. Термины и определения»).
6. Структура рынка цифрового книгоиздания.

7. Феномен селф-паблишинга (*self-publishing*): генезис, основные понятия, творческие и технологические аспекты, современное состояние.
8. Книги с дополненной реальностью (*augmented reality books*). Современные тенденции развития AR-books на российском книжном рынке.
9. Новое поколение цифровых книг, или интерактивные книжные приложения (*interactive ebook apps*): стратегии выпуска и продвижение.
10. Современные издательские «технологии» озаглавливания книг (по выбору: любой жанр массовой беллетристики, нон-фикшн и пр.).
11. Способы конструирования «авторства» в современной издательской практике. Псевдоним как литературное явление и издательский феномен.
12. Основные понятия: издательский проект, инновационный издательский проект, кросс-медийный проект, литературный проект, авторский проект и пр.
13. Основные элементы аппарата издания (справочно-вспомогательного, научно-справочного) в изданиях разного вида.
14. Комментарии в литературно-художественных изданиях. Виды комментариев.
15. Инновационные практики комментирования в современных издательских проектах.
16. Вспомогательные указатели, их виды; методика редактирования.
17. Академические стратегии издательств (в общем виде). Академический сегмент Рунета. Цифровые проекты академических собраний сочинений.
18. Базовые понятия: *краудфандинг*, *краудинвестинг*, *краудсорсинг*, *аутсорсинг*. Применение в издательском деле.
19. Краудфандинговые платформы (российские, глобальные). Краудфандинг в издательском деле: особенности продвижения издательских проектов на крауд-платформах.
20. Технологии искусственного интеллекта (*Artificial Intelligence, AI*), или генеративные нейросети в книжном деле.
21. Книжное продюсирование в современной издательской практике.
22. Литературные агентства (зарубежные и российские), их основные функции.

Вопросы для проверки уровня обученности **УМЕТЬ:**

1. Проанализировать издательские проекты, реализованные на российских крауд-платформах (общая видо-типологическая характеристика проектов, круг участников, финансовые показатели/успешность и пр.).

2. Оценить перспективы использования технологий искусственного интеллекта (нейросетей) в креативных индустриях.
3. Проанализировать инновационные издательские проекты (на примере конкретных книжных проектов или периодических изданий).
4. Оценить потенциал книжного продюсирования в издательском деле (сегмент изданий нон-фикшн).
5. Оценить структуру рынка цифрового книгоиздания по следующим направлениям: смешанные издательства, самостоятельные цифровые издательства, электронные книжные магазины, издательские сервисы и платформы самопубликаций, онлайн-библиотеки. Проиллюстрировать на примерах.
6. Проанализировать инновационные формы деятельности издательств (по выбору): издательства деловой литературы («Манн, Иванов и Фербер», «Альпина Паблишер» и пр.); издательства, выпускающие переводную литературу (*Corpus*, «Иностранка» и пр.), независимые (*Ad Marginem*, *Individuum* и пр.), издательства детской литературы (можно на примере издательств, являющихся местом прохождения практики).
7. Охарактеризовать сегмент селф-паблишинга на примере цифровых книг под брендом «Издательские решения» и *Ridero* (выбор псевдонима, заглавие, книжная обложка, жанровая структура, вид литературы и пр.).
8. Оценить деятельность российских литературных агентств на российском книжном рынке.
9. Охарактеризовать внешние элементы книжного оформления (обложка/переплет, суперобложка) и оценить их роль в рекламе и продвижении книг.
10. Охарактеризовать книжные сервисы для чтения электронных книг (т.н. социальные «читалки») на примере *Bookmate*, *My Book* и пр. Базовые принципы функционирования (бизнес-модель публикации и дистрибуции, книгофонды, читательская аудитория, канал продвижения книг, навигационный инструмент)
11. Охарактеризовать рекламно-маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа (на конкретных примерах).
12. Охарактеризовать рекламно-маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа (на примере любого издательства).
13. Охарактеризовать основные элементы выходных сведений и выпускных данных (на примере любого издания).
14. Разработать концепцию издательского проекта (на примере литературно-художественного издания, издания для детей и пр. – по выбору; можно на примере периодического издания).
15. Разработать концепцию краудфандинга в издательском деле (от создания до продвижения проектов на крауд-платформах).

16. Разработать цифровые / онлайн-стратегии издательства.
17. Охарактеризовать стратегии выпуска интерактивных книжных приложений (*interactive ebook apps*), а также основные ограничения, препятствующие развитию этого сегмента цифровых книг.
18. Проанализировать аппарат издания (научный, справочно-вспомогательный) как средство интерпретации литературного произведения на конкретных примерах (по выбору): издания серии «Литературные памятники», «Библиотека поэта»; Собрания сочинений классиков; а также моноиздания, сборники (изд-во по выбору).
19. Охарактеризовать сегмент нон-фикшн изданий на российском книжном рынке (издательская структура, «жанровые» предпочтения).
20. Оценить перспективы использования технологий искусственного интеллекта (нейросетей) в книжном деле.
21. Охарактеризовать российские издательские проекты с дополненной реальностью (*augmented reality books*).
22. Оценить основные преимущества инструментов краудфандинга, краудсорсинга и краудинвестинга при создании и продвижении издательских проектов.

Вопросы для проверки уровня обученности **ВЛАДЕТЬ:**

1. Методика создания цифровых книг на *Ridero* (российская электронная издательская платформа для независимых авторов).
2. Методика организации и проведения краудфандинговых кампаний на российских крауд-платформах.
3. Основные принципы (приемы) ведения блогов в социальных сетях для продвижения издательств. Проиллюстрировать на примерах.
4. Основные принципы отбора и критерии оценки рукописи в издательствах различного профиля (издательство по выбору).
5. Основные принципы создания цифровых книг для независимых авторов.
6. Методика разработки концепции издательского проекта (по выбору: литературно-художественный сборник, издание для детей).
7. Основные принципы (приемы) ведения блогов в социальных сетях для продвижения издательских проектов. Проиллюстрировать на примерах.
8. Основные технологии создания буктрейлеров.
9. Методика организации и проведения краудфандинговых кампаний на глобальных крауд-платформах.

10. Методика составления и редактирования вспомогательных указателей в изданиях (по выбору - учебных, научных, справочных).
11. Методика составления и редактирования вспомогательных указателей в литературно-художественных изданиях.
12. Технологии создание крауд-трека для продвижения издательского проекта на краудфандинговой платформе.
13. Разработки концепции литературно-художественной серии (основные принципы). Проиллюстрировать на примерах.
14. Разработки концепции аппарата издательского проекта (основные принципы).
15. Разработки концепции нон-фикшн серии (основные принципы).
16. Методика разработки концепции аппарата (научно-справочного, справочно-вспомогательного) издательского проекта.
17. Основные приемы (принципы) разработки стратегии рекламно-маркетинговой кампании в социальных медиа.
18. Методика разработки концепции инновационного издательского проекта литературно-художественного сборника (или моноиздания) и его продвижения в социальных медиа.
19. Основные принципы создания книжных иллюстраций с помощью технологии искусственного интеллекта (или нейросетей).
20. Основные принципы создания книг с дополненной реальностью (*augmented reality books*).
21. Основные приемы ведения блогов в книжном деле.
22. Создание цифровых книг на российских селф-паблишинговых сервисах - *Ridero*, «ЛитРес. Самиздат» (сравнить).

Форма экзаменационного билета

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 ФЕДЕРАЛЬНОЕ АВТОНОМНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
 «МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
 (МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Институт издательского дела и журналистики

Институт Издательского дела и журналистики Кафедра ИДиК
полное наименование института сокращенное наименование
кафедры

Дисциплина Инновационные технологии в издательском деле
полное наименование дисциплины

Направление подготовки (специальность) 42.04.03 «Издательское дело»
код и наименование направления подготовки (специальности)

Курс , группа , форма обучения очная

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № .

1. Вопрос для проверки уровня обученности ЗНАТЬ: Понятие «инновации». Основные виды инноваций в издательском деле.
2. Вопрос (задача/задание) для проверки уровня обученности УМЕТЬ: проанализировать издательские проекты, реализованные на российских крауд-платформах (общая типологическая характеристика проектов, круг участников, финансовые показатели/успешность и пр.).
3. Вопрос (задача/задание) для проверки уровня обученности ВЛАДЕТЬ: Методика создания цифровых книг на Ridero (российская электронная издательская платформа для независимых авторов).

Темы докладов

по дисциплине Инновационные технологии в издательском деле

Каждая тема предполагает проверку уровня обученности знать, проверку уровня обученности уметь, проверку уровня обученности владеть.

1. Инновационные и творческие процессы в издательстве: взаимосвязь и факторы управления.
2. Стратегии инновационной деятельности издательств в социальных медиа.
3. Инновационные креативные проекты издательств.
4. Маркетинговые инновации в издательском деле.
5. Управленческие инновации в издательском деле.
6. Разработка новой издательской серии.
7. Концепции продвижения и реализации издательской продукции на инновационных рынках
8. Проанализировать организационную структуру издательства, являющегося местом прохождения производственной практики.
9. Инновационная деятельность современного издательства (по выбору любое изд-во).
10. Обзор основных инновационных технологий в издательском деле.
11. Подготовить обзор по результатам тестирования российских и международных авторских и издательских сервисов самопубликаций.
12. Проанализировать цифровые издательские проекты, выпущенные под брендом «Издательские решения» и *Ridero* по ряду направлений: а) поэтика заглавий; б) выбор авторского псевдонима; в) жанровая структура; г) цифровая обложка (и иллюстрации); д) пофрагментный анализ текста произведения и пр.
13. Проанализировать издательские проекты (книжные, периодических изданий), реализованные с помощью крауд-платформ.

14. Продвижения издательства (издательских проектов) в социальных медиа.
15. Анализ современных инновационных издательских проектов.
16. Приложение как продукт издательского бизнеса. Подготовить обзор по книжным приложениям в практике российских издательств.

Методические рекомендации по подготовке, требования к оформлению

Материал излагается в свободной форме, сопровождается библиографическим списком, представляется на листах формата А4. По результатам работы обучающийся выступает с докладом (делает сообщение).

Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий/проектов

по дисциплине Инновационные технологии в издательском деле

Каждая тема предполагает проверку уровня обученности знать, проверку уровня обученности уметь, проверку уровня обученности владеть.


Индивидуальные творческие задания (проекты):

1. Создание буктрейлеров к издательским проектам (литературно-художественным, учебным, справочным и пр. изданиям).
2. Создание крауд-трека к издательскому проекту, продвигаемому на краудфандинговой платформе (российской или международной).
3. Создание цифровой книги на платформе *Ridero* (или на глобальных self-pub платформах).
4. Разработка концепции продвижения издательского проекта на крауд-платформе.
5. Разработка концепции издания и его продвижения на краудфандинговой платформе (крауд-платформе).
6. Создание книжных обложек и книжных иллюстраций с помощью генеративных нейросетей и интеграцией с созданными цифровыми книгами на селф-паблишинговых платформах.

Методические рекомендации по подготовке, требования к оформлению

Материал излагается в свободной форме, представляется на листах формата А4; сопровождается электронными презентациями. По результатам работы обучающийся выступает с докладом (делает сообщение).

Составитель профессор кафедры издательского дела и книговедения,
д.ф.н. Л.В. Зими́на



«_____» _____ 2022 г.