

## Аннотация программы дисциплины

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Максимов Алексей Борисович

### 1. Цели и задачи дисциплины

Должность: директор департамента по образовательной политике

Целью дисциплины «Книга и периодика в мировом медиапространстве» является изучение системы книжного дела; изучение процессов, форм и способов презентации и позиционирования книги и периодики в исторических и современных условиях развития медиа; изучение проблемы адаптации книги в новом коммуникативном пространстве, трансформации информационных рынков печатных и электронных изданий.

Задачами дисциплины являются:

рассмотрение вопросов развития книги и периодики в медийном пространстве; изучение современных научных подходов к исследованию книги и периодики; функционирование книги в условиях формирования новой модели информационной коммуникации;

изучение теоретико-методологических проблем электронной книги; изучение мирового опыта создания инновационных издательских проектов.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

□ «Инновационные технологии в издательском деле». Дисциплина обеспечивает изучение дисциплин: «Издательские стратегии», «Управление издательскими проектами». Знания и практические навыки, полученные из курса «Книга и периодика в мировом медиапространстве», используются при изучении инновационных издательских проектов.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «Книга и периодика в мировом медиапространстве»

обучающиеся должны:

#### знать:

- отечественный и зарубежный опыт изучения проблем текстологии, книговедения, книжной культуры и издательского дела;

- функциональные возможности и технологии интерактивной среды;

#### уметь:

- анализировать проблемы издательского дела;

- формулировать требования к функциональным возможностям электронных изданий;

- методами анализа проблем издательского дела;

- методикой работы с электронными изданиями;

- способностью к формированию информационной политики издательства.

## Аннотация рабочей программы дисциплины

### «Инновационные технологии в издательском деле»

#### 1. Цели и задачи дисциплины

**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:

организация деятельности и управление издательством; реализация книжной продукции;

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;

□ определение направления и содержание инновационной деятельности издательства.

## **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Инновационные технологии в издательском деле» изучается студентами в первом семестре первого курса.

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

## **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате изучения дисциплины обучающиеся должны: **знать:**

- организацию деятельности и управление издательством;
- функциональные возможности и технологии интерактивной среды;
- инновационные технологии, применяемые в издательском деле

**уметь:**

- оценивать эффективность инновационных технологий;
- применять цифровые технологии и технические средства в издательском деле; **владеть:**
- методами анализа проблем издательского дела;
- методикой работы с электронными изданиями.
- способностью к формированию инновационной политики издательства

### **Аннотации рабочей программы дисциплины «Маркетинг-менеджмент в издательском деле»**

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель:** Ознакомление студентов с базовыми сведениями в области управления издательским предприятием на принципах маркетинга.

В результате изучения этой дисциплины следует добиться понимания того, что управление маркетингом в издательском деле - это процесс анализа книжного рынка, разработка комплекса маркетинговых мероприятий, тогда как маркетинг менеджмент - это философия бизнеса, ориентированная на создание ценностей для потребителей, нечто большее, чем просто функция маркетинга. Понятие маркетинга как философии бизнеса сместило акценты в управлении с продукта на потребителя, на создание ценностей для потребителя.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Освоение дисциплины предполагает выработку понимания того, что в XXI веке маркетинг-менеджмент рассматривается не только как наука, но и как искусство точного выбора целевых рынков, сохранение сегодняшних и приобретение новых покупателей путём создания, отработки и реализации коммуникаций по поводу знания их ценностей.

В этой связи ещё одной целью можно назвать выработку умений выстраивать менеджмент взаимоотношений с покупателями, используя информационные технологии и научные методы обнаружения трендов, рыночных сегментов и индивидуальных потребностей клиентов.

#### **1. Требования к результатам освоения дисциплины *знать:***

- основные понятия маркетинг-менеджмент;
- методы обнаружения трендов, рыночных сегментов и индивидуальных потребностей клиентов;
- основные методы профессионального роста;

**уметь:**

- применять методы анализа и синтеза;
- выстраивать менеджмент взаимоотношений с покупателями;
- ставить задачи и вырабатывать пути их достижения;

**владеть:**

- научными приемами и методами переработки потоков информации
- научными приемами и методами переработки потоков информации
- методами обнаружения трендов, рыночных сегментов и индивидуальных потребностей клиентов.

**Аннотация программы дисциплины  
«Тематическое планирование в издательском деле»**

**1. Цели и задачи дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Тематическое планирование в издательском деле» является создание у студентов системных представлений об издательском редактировании (редакторском деле), его теоретических основаниях, а также углубление знаний о современном редакционно-издательском процессе, совершенствование навыков практической работы редактора. Задачи дисциплины:

- формирование представлений о сущности, целях, методах работы редактора, специфике, составе и структуре субъектно-объектных отношений в редакторском деле, о литературном произведении и издании как объектах редактирования;
- формирование знаний о теоретических предпосылках познавательной и созидательной деятельности редактора, функциональных, адресно-целевых, предметных характеристиках произведения и издания;
- углубление знаний о методических, технологических и технических аспектах редакторского дела;
- изучение задач тематического планирования в условиях конкуренции частного бизнеса;
- дальнейшее обучение навыкам анализа литературного произведения и обработки авторского оригинала, методам и способам тематического планирования.

К основным задачам освоения дисциплины «Тематическое планирование в издательском деле» следует отнести:

- углубление знаний о методических, технологических и технических аспектах редакторского дела;
- изучение задач тематического планирования в условиях конкуренции частного бизнеса;
- дальнейшее обучение навыкам анализа литературного произведения и обработки авторского оригинала, методам и способам тематического планирования.

**2. Место дисциплины в структуре ОП**

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- «Маркетинг и менеджмент в издательском деле»,
- «Формирование издательских портфелей»,
- «Технология редакционно-издательского процесса».

**1. Требования к результатам освоения дисциплины *знать*:**

- основные методы аналитико-синтетической переработки информации;
- основные методы и приемы книговедческого исследования;

**уметь:**

- применять методы анализа и синтеза;
- ставить задачи и выработать пути их достижения;

**владеть:**

- научными приемами и методами переработки потоков информации
- приемами повышения профессиональной квалификации в издательской деятельности

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Издательские стратегии»**

**1. Цели и задачи дисциплины**

**Целями** освоения дисциплины «Издательские стратегии» являются: концептуализация доминирующих издательских стратегий;

формирование основ теоретического знания, характеризующих современные издательские стратегии в традиционном книгоиздании и новаторские издательские стратегии в электронной среде;

углубление представлений о современном редакционно-издательском процессе, принципах редакторской подготовки изданий;

знакомство с новыми направлениями в редактировании (креативное и коллаборативное редактирование, веб-редактирование и пр.);

формирование системных представлений о современном состоянии и тенденциях развития издательского дела (традиционного и электронного); знакомство с новыми социокультурными и сетевыми механизмами продвижения издательской продукции/книг.

**Задачами** освоения дисциплины являются:

- владение навыками организации и проведения научно-прикладных исследований отечественного и зарубежного рынков электронных изданий (в том числе мультимедийных);
- знание различных механизмов формирования репертуара изданий, особенностей и задач его реализации в программах издательств;
- обучение методам разработки концепции, модели и издательского проекта и их реализации в реальных условиях редакционно-издательского процесса;
- формирование навыков профессиональной оценки качества редакционной подготовки печатных и электронных изданий;
- владение навыками внедрения инновационных технологий в издательскую деятельность;
- владение рекламно-маркетинговыми приемами продвижения издательств и издательских проектов в социальных медиа.

**2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Издательские стратегии» изучается студентами во втором семестре первого курса.

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

Результаты обучения используются при преподавании дисциплины «Культура книгоиздательского дела: Традиции и современность», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в издательском деле, при прохождении научно-исследовательской и производственной практики; написании магистерской диссертации.

### **1. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине

#### **знать:**

различные механизмы формирования репертуара изданий

особенности и задач и реализации издательской стратегии в программах издательств **уметь:**

разрабатывать концепции, модели и издательского проекта и их реализации в реальных

условиях редакционно-издательского процесса

#### **владеть:**

навыками внедрения инновационных технологий в издательскую деятельность; навыками профессиональной оценки качества редакционной подготовки печатных и электронных изданий.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины «Интеллектуальная собственность в сфере издательского дела»**

### **1. Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Интеллектуальная собственность в сфере издательского дела», являются - овладение обучающимися знаниями в области правового регулирования интеллектуальной собственности. При изучении дисциплины по магистерской программе предполагается более полное изучение следующих вопросов дисциплины - понятие интеллектуальной собственности (ИС) и приравненных к объектам ИС средств индивидуализации юридических лиц и граждан-предпринимателей. Виды объектов ИС. Авторские права и промышленные права. Сроки их действия. Территориальное действие прав ИС. Правовой режим ИС: понятие и содержание. Исключительные права и их отличие от вещных прав. Неисключительные права. Объекты ИС, охраняемые в силу их создания, и объекты ИС, охраняемые в результате государственной регистрации. Монопольные и немонопольные права. Понятие «использования» в исключительных правах. Источники права ИС. Национальное российское законодательство. Международные договоры. Формирование у обучающихся правовой культуры, умения юридически грамотно применять нормы ГК, интеллектуальной собственности в сфере будущей профессиональной деятельности.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Интеллектуальная собственность в сфере издательского дела» изучается обучающимися в первом семестре первого курса, уровень - Магистратура.

Логически и методически изучение дисциплины связано с базовыми знаниями, получаемыми при изучении дисциплины «Маркетинг-менеджмент в издательском деле». Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующей за ней дисциплины:

- Управление издательскими проектами

Результаты обучения используются при прохождении практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности и написании магистерской диссертационной работы.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Интеллектуальная собственность в сфере издательского дела»:

#### **1. знать:**

- основные методы аналитико-синтетической переработки информации;

- основные методы профессионального роста;
- 2. уметь:
  - применять методы анализа и синтеза;
  - ставить задачи и вырабатывать пути их достижения;
- 3. владеть:
  - научными приемами и методами переработки потоков информации;
  - приемами повышения профессиональной квалификации в издательской деятельности

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Управление издательскими проектами»**

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью** дисциплины «Управление издательскими проектами» является усвоение знаний и формирование навыков в области проектного менеджмента применительно к издательскому делу.

Для достижения поставленной цели предусматривается решение следующих **задач**:

- ознакомление студентов с базовыми знаниями в области управления издательскими проектами с учетом основных подсистем проектного менеджмента: менеджмента качества, финансового менеджмента, управление временем, управление командой проекта, управление рисками, управление коммуникациями;
- формирование навыков в области создания бизнес-модели издательского проекта;
- усвоение знаний и формирование навыков в области управления процессами редакционно-издательской подготовки и выпуска изданий;
- формирование знаний и умений, касающихся определения существенных и технических характеристик проектируемых изданий.

### **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- «Маркетинг -менеджмент»;
- «Интеллектуальная собственность в сфере издательского дела»;

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин (практик):

- «Инновационные технологии в издательском деле»;
- «Издательские стратегии»
- «Преддипломная практика»;
- «Государственная итоговая аттестация».

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате изучения дисциплины «Управление издательскими проектами» студенты должны:

**знать:**

- основные элементы проектного менеджмента в издательском деле;
- теоретические основы управления издательскими проектами;
- стадии жизненного цикла издательского проекта.

**уметь:**

- составлять бизнес-план издательского проекта;
- формировать сетевой и календарный график издательского проекта;
- формировать команду издательского проекта;

**владеть:**

- профессиональной терминологией;
- основными навыками выполнения работ по издательскому проекту;
- организационно-управленческими и креативными навыками.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Мультимедийные издания»**

**1 Цели и задачи дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Мультимедийные издания» являются:

- формирование основ теоретического знания, характеризующих современные издательские стратегии в электронной среде;
- формирование системных представлений о современном состоянии и тенденциях развития электронного издательского дела (в том числе мультимедийного);
- знакомство с новыми социокультурными и онлайн-овыми механизмами продвижения издательской продукции/книг.

Задачами освоения дисциплины являются:

- владение навыками организации и проведения научно-прикладных исследований отечественного и зарубежного рынков электронных изданий (в том числе мультимедийных);
- обучение методам разработки концепции, модели и проекта мультимедийного издания и их реализации в реальных условиях редакционно-издательского процесса;
- тестирование онлайн-овых международных и российских платформ самопубликаций (self-pub), а также сервисов интерактивных книг/приложений;
- формирование навыков профессиональной оценки качества редакционной подготовки электронных изданий/книжных приложений;
- владение навыками использования/внедрения инновационных технологий в издательскую деятельность
- владение рекламно-маркетинговыми приемами продвижения издательств и издательских проектов в социальных медиа.

**2. Место дисциплины в структуре ОП**

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

Результаты обучения используются при преподавании дисциплины «Культура книгоиздательского дела: Традиции и современность», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в издательском деле»; при прохождении научно-исследовательской и производственной практики; написании магистерской диссертации.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины** В результате изучения дисциплины студенты должны: **знать:**

- современное состояние и тенденции развития электронного издательского дела;
- социокультурные и онлайн-механизмы продвижения издательской продукции/книг.

**уметь:**

- тестировать онлайн-международные и российские платформы самопубликаций;
- разрабатывать концепцию, модель и проект мультимедийного издания

**владеть:**

- профессиональной терминологией;
- навыками профессиональной оценки качества редакционной подготовки электронных изданий/книжных приложений.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Дистрибуция и управление цепочками поставок»**

**1. Цели и задачи дисциплины:**

Целями и задачами освоения дисциплины «Дистрибуция и управление цепочками поставок» являются:

ознакомление студентов с теоретическими и методологическими основами логистики как современного направления экономической науки и бизнес-деятельности;

- формирование знаний в области управления движением экономических потоков в бизнес-системах разного уровня;
- формирование логистического мышления обучающихся, воспитание навыков анализа взаимодействия в цепях поставок издательской продукции на ее пути от производителя к потребителю.

**2. Место дисциплины в структуре ОП**

Изучение данной дисциплины основывается на следующих дисциплинах магистратуры и прохождении практик:

«Информационные технологии в издательском деле»,

«Экономика издательского дела «Производственно-творческая практика».

**3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате изучения дисциплины «Дистрибуция и управление цепочками поставок» студенты должны:

**-знать:**

- основные методы и способы изучения покупательского спроса, основные методы формирования ассортимента предприятий, распространяющих издательскую продукцию; **-уметь:**
- формировать ассортимент книготорговых предприятий и репертуар издательств, применять методы изучения покупательского спроса, оценивать ситуацию на книжном рынке;

**владеть:**

- навыками, позволяющими оценивать ситуацию на книжном рынке, методами и приемами формирования ассортимента и репертуара.

**Аннотация рабочей программы  
дисциплины «Онлайн-коммерция в издательском деле»**

**1. Цели и задачи дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Онлайн-коммерция в издательском деле» являются:

- формирование у студентов системных представлений об основных закономерностях реализации книжных изданий, об основных каналах распространения, о современном состоянии книжного рынка и основополагающих тенденциях, проявляющихся на рынке книжных изданий в последние годы;
- развитие и закрепление навыков построения многоуровневой системы распространения книжных изданий с использованием многоканальной схемы продаж, отвечающей требованиям сегодняшнего дня.
- развитие понимания у студентов значения онлайн-коммерции.

Задачами дисциплины являются:

- формирование представлений о нормативной базе, регулирующей распространение книжных изданий во всех каналах;
- знакомство со всеми каналами сбыта книжных изданий, с основными принципами их функционирования и базовыми тенденциями книжного рынка за последние годы;
- создание у обучающихся всестороннего представления о различных моделях построения системы распространения книжных изданий в зависимости от целей и возможностей различных издательств; оценка сильных и слабых сторон выбранной модели распространения
- умение обучающихся разбираться в процессах онлайн-коммерции в издательском деле.

## 2. Место дисциплины в структуре ОП

Изучение данной дисциплины проходит в первом семестре первого года обучения, с последующим применением знаний, умений и навыков при изучении следующих дисциплин, прохождении практик:

Маркетинг-менеджмент в издательском деле Управление издательскими проектами Дистрибуция и управление цепочками поставок Книга и периодика в мировом медиапространстве

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

### **знать:**

основные тенденции развития книжного рынка, способы и методы выявления потребностей в издательской продукции

специфику, концепцию и контент веб-сайтов издающих организаций и предприятий

распространения издательской продукции

### **уметь:**

оценивать покупательский спрос, прогнозировать потребности и запросы потребителей. формировать и разрабатывать концепцию и контент веб-сайтов издающих организаций и предприятий распространения издательской продукции **владеть:**

методикой анализа спроса и предложения, информационными базами, источниками количественных и качественных сведений о конкурирующих структурах. навыками формирования и разработки концепций и контента веб-сайтов издающих организаций и предприятий распространения издательской продукции.

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Контент-редактирование»**

### 1. Цели и задачи дисциплины

Цели изучения дисциплины состоят в освоении студентами приемов и методов работы редактора над материалами Интернет-изданий, выработки навыков подготовки интернет-изданий с учетом видо-типологической структуры массива сетевых ресурсов.

**Задачами** освоения дисциплины являются:

- формирование знаний о теоретических основаниях, определяющих характер работы редактора с материалами Интернет-ресурсов;
- обучение студентов навыкам формирования представлений о специфике работы редактора над Интернет-изданиями различных типов и видов;
- обучение студентов методам разработки концепции издания, навыкам формирования конкретных Интернет-изданий ;
- овладение приемами отбора материалов, формирования контента, работы с автором, организации творческого коллектива, участвующего в подготовке издания;
- обучение навыкам редакционной работы с материалами Интернет-ресурсов.

## **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина изучается в первом семестре первого курса для получения квалификации (степени) магистр.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин (практик): «Мультимедийные издания», «Интеллектуальная собственность в сфере издательского дела», «Издательские стратегии», «Инновационные технологии в издательском деле», «Научно-исследовательская работа», «Государственная итоговая аттестация».

## **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения ОП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Контент-редактирование»:

### **Знать:**

- основные этапы подготовки издательских оригиналов ;
- информационные технологии и программное обеспечение;
- методы взаимодействия пользователей с веб-сайтами .

### **Уметь:**

- выявлять сущностные характеристики издательских оригиналов ;
- использовать информационные технологии и программное обеспечение в редакционно-издательском процессе;
- использовать технологии координации взаимодействия пользователей с веб-сайтами. **Владеть:**
- приемами подготовки издательских оригиналов;
- приемами применения информационных технологий и программного обеспечения в редакционно-издательском процессе;
- приемами координации взаимодействия пользователей с веб-сайтами.

## **Аннотация программы дисциплины «Деловой иностранный язык »**

### **1. Цели и задачи дисциплины**

Целью дисциплины является овладение студентами коммуникативной компетенцией, которая в дальнейшем позволит пользоваться иностранным языком в различных областях профессиональной деятельности, научной и практической работе, в общении с зарубежными партнерами, для самообразовательных и других целей; и подготовить студентов к профессиональной деятельности **Задачами дисциплины**

**являются:** развитие навыков продуктивного использования грамматических форм и конструкций;

- развитие лексических навыков в рамках курса, с учетом уровня коммуникативной компетенции; расширение и использование активного словарного запаса в профессиональных речевых ситуациях; овладение идиоматическими выражениями, специальной терминологией;

овладение социокультурными знаниями и умениями ;

ознакомление с основами перевода и реферирования литературы по специальности

## **2. Место дисциплины в структуре ОП**

Изучение дисциплины требует наличия у студентов знаний по дисциплине «Иностранный язык» уровня В2.

## **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате изучения дисциплины " **Деловой иностранный язык** " студенты должны: **Знать:**

- иностранный язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников и элементарного общения на общем и профессиональном уровне;
- общую, деловую и профессиональную лексику иностранного языка в объеме, необходимом для общения, чтения и перевода (со словарем) иноязычных текстов профессиональной направленности ;
- основные грамматические структуры литературного и разговорного языка .

**Уметь:**

- использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности;
- свободно и адекватно выражать свои мысли при беседе и понимать речь собеседника на иностранном языке;
- вести письменное общение на иностранном языке, составлять деловые письма;
- применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности.

**Владеть:**

- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном, деловом и профессиональном общении на иностранном языке ;
- различным навыками речевой деятельности (чтение, письмо, говорение, аудирование) на иностранном языке.

### **Аннотация рабочей программы по дисциплине «Деловое общение: этика, психология, культура»**

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

К **основным целям** освоения дисциплины «Деловое общение и культура речи» следует отнести:

овладение обучающимися необходимыми общекультурными и профессиональными компетенциями, относящимися к деловой риторике, практической поэтике, практическому применению теории речевых жанров, а также элементам теории речевого воздействия, в соответствии с требованиями, предъявляемыми ФГОС ВО к выпускникам (профиль Современный издательский процесс: инновационные практики). Конечной целью является формирование у обучающихся прочных теоретических знаний и практических риторических навыков в сферах межличностной и деловой коммуникаций, умения выбрать правильную стратегию и тактику общения.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Деловое общение и культура речи» следует отнести:

- обеспечение обучающихся теоретическими знаниями о истории, природе и специфике деловой риторики, а также о сущности речевой характеристики человека;
- ознакомление обучающихся с речевыми приёмами и стратегиями, необходимыми им в профессиональной деятельности;
- анализ инструментария деловой риторики, включающего языковые средства разных уровней;

- знакомство с типологией коммуникантов и типичными подходами к каждому их типу;
- изучение условий и принципов успешного общения;
- развитие у обучающихся этикетных речевых умений в письменной и устной деловой речи, необходимых при осуществлении процесса управления;
- выработка навыков применения полученных теоретических знаний в реальной коммуникации;
- развитие умений использовать методы и приемы лингвориторического анализа речи;
- формирование отношения к языку и речи как важнейшему инструменту будущей профессиональной деятельности обучающегося
- принципы повышения эффективности деловой коммуникации;
- языковые средства разных уровней, используемые для создания речевого облика говорящего;
- основы риторики и теории жанров, стилистику, основы конфликтологии и типологию «конфликтных» жанров общения;
- лингвистическую терминологию, основные критерии, предъявляемые языку и стилю современных текстов научной литературы;
- основы теории книговедения;
- специфику жанров научного стиля. **уметь:**
- использовать различные коммуникативные стили в разных сферах общения;
- применять знание законов мышления в профессиональной деятельности;
- логично и грамотно выстраивать устную и письменную речь, разрешать конфликтные ситуации вербальными средствами;
- использовать нормативные языковые единицы в процессе создания или редактирования текстов разностилевых текстов;
- разграничивать варианты норм, преднамеренное и непреднамеренное нарушение языковой нормы;
- обнаруживать и исправлять стилистические ошибки в текстах;
- использовать свои знания при анализе текстов различной жанровой направленности. **владеть:**
- навыками: подготовки ораторской речи и публичных выступлений;
- составления разнообразных деловых бумаг;
- речевыми техниками, необходимыми в сфере управления;
- эффективного выбора композиционно-речевых форм текста в зависимости от жанра и функционального смыслового типа текста;
- организации научного исследования в сфере редактирования;
- создания рефератов, конспектов лекций, аннотаций, научных статей.

**Аннотация рабочей программы по дисциплине  
«Культура издательского дела: традиции и современность»**

## **1. Цели и задачи дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Культура издательского дела: традиции и современность», является - формирование представления о ключевых культурных традициях отечественного издательского дела, основных этапах их формирования и воплощении в современной издательской практике.

Задачи дисциплины:

- охарактеризовать основные компоненты традиционной и современной культуры издательского дела;
- сформировать навыки интерпретации традиций культуры издательского дела в процессе разработки концепций издательских проектов и других сферах профессиональной деятельности;
- выработать навыки оценки издательской культуры и качества подготовки печатных и электронных изданий.

## **2. Место дисциплины в структуре ОП** Дисциплина изучается на 2 курсе (3 семестр).

Логически и методически изучение дисциплины связано с базовыми знаниями, полученными при изучении следующих дисциплин:

- «Книга и периодика в мировом медиапространстве»,
- «Издательские стратегии»,

Результаты обучения используются при написании магистерской диссертационной работы.

## **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате изучения дисциплины «Культура издательского дела: традиции и современность» студенты должны:

**знать:**

- основные компоненты традиционной и современной культуры издательского дела;
- ключевые этапы формирования отечественной культуры издательского дела;
- характеристики современного состояния культуры издательского дела;

**уметь:**

- интерпретировать культурные издательские традиции в процессе разработки концепций издательских проектов и других сферах профессиональной деятельности;
- моделировать современные издания разных видов и типов в контексте традиционной издательской культуры;

**владеть:**

- навыками оценки издательской культуры и качества подготовки печатных и электронных изданий.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины «Профессионально-творческая практика»**

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цели профессионально-творческой практики:**

- закрепление и углубление знаний, полученных студентами в период теоретического обучения,
- приобретение необходимых умений, профессиональных навыков и опыта работы по специальности.

**Задачи практики:**

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе обучения, на основании глубокого изучения работы организаций (издательства редакции СМИ), в которых студенты проходят практику;
- установление и укрепление связи теоретических знаний, полученных студентами, с практикой;
- подготовка студентов к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин;
- приобретение студентами профессиональных практических умений и навыков по избранной специальности;

- формирование и развитие личностных качеств, выработка у студентов индивидуального стиля профессиональной деятельности;
- выработка у студентов творческого, исследовательского подхода к профессиональной деятельности, приобретение ими навыков анализа своего труда, формирование потребности в постоянном самообразовании и обеспечение заинтересованности студентов;
- приобретение и совершенствование опыта научно-исследовательской работы;
- приобретение опыта организаторской работы.

## 2. Место дисциплины в структуре ОП

Практика является составным элементом магистерской программы.

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

Результаты обучения используются освоении дисциплины «Культура книгоиздательского дела: Традиции и современность», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в издательском деле», при прохождении научно-исследовательской и преддипломной практики; написании магистерской диссертации.

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате прохождения практики студенты должны: **знать:**

- основные методы профессионального роста специалиста высшей квалификации
- основные этапы создания, производства и распространения издательской продукции.
- основные функции и обязанности работников предприятий издательской отрасли.

**уметь:**

- ставить задачи и выработать пути их достижения
- выявлять социально-значимые издания на отечественном книжном рынке

**владеть:**

- методами повышения профессиональной квалификации в избранной деятельности
- специальной терминологией в области издательского дела;
- методами оценки авторских оригиналов

### **Аннотации рабочей программы по дисциплине «Научно-исследовательская работа»**

#### 1. Цели и задачи дисциплины

**Цель:** формирование научного мировоззрения на основе знания об общих и специальных методах научных исследований, технологии их проведения, работе с источниковой базой; ознакомление с объектами, основными средствами и этапами научного исследования; закрепление и развитие способностей в получении знания в области методологии и методики научного познания.

#### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Практика является составным элементом магистерской программы.

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

Результаты обучения используются при написании магистерской диссертации.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате прохождения практики студенты должны:

**знать:**

- основные понятия научно-исследовательского процесса;
- информационное обеспечение НИР в области издательского дела;
- общую схему научного исследования и характеристики ее элементов; **уметь:**
- обосновать актуальность выбранной темы,
- определить цели и конкретные задачи, объект и предмет исследования; **владеть:**
- методами (методикой) его проведения;
- нормами делового общения, обсуждения и представления результатов магистерского исследования.

#### Аннотации рабочей программы по дисциплине «Научно-исследовательская практика»

### 1. Цели и задачи дисциплины

Целью проведения научно - исследовательской практики студентов магистерской программы является получение опыта работы в академической сфере, а также практики участия в маркетинговых и социологических исследованиях, которые организуются исследовательскими организациями или компаниями, имеющими соответствующие подразделения. Участие в реальных проектах и повседневной практике работы в академической среде должно закрепить сформированные у студентов в процессе обучения навыки научно - исследовательской, организационно - управленческой, проектной и аналитической деятельности.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Практика является составным элементом магистерской программы.

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

Результаты обучения используются при написании магистерской диссертации.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате прохождения практики студенты должны: **знать:**

- основные понятия научно-исследовательского процесса;
- информационное обеспечение НИР в области издательского дела; организационную общую схему научного исследования и характеристику ее элементов

**уметь:**

- обосновать актуальность выбранной темы,
- определить цели и конкретные задач;
- определить объект и предмет исследования и методы (методику) его проведения **владеть:**
- методами повышения профессиональной квалификации в избранной деятельности
- методикой описания результатов исследования и оформления результатов;
- методами обсуждения и представления результатов магистерского исследования.

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Преддипломная практика»**

**1. Цели и задачи дисциплины** Цели преддипломной практики: изучение и научное осмысление практики современной редакционно-издательской деятельности для использования в ВКР; сбор и обобщение фактического материала для ВКР; обобщение и научная обработка данных маркетинговых исследований; анализ и систематизация отечественной и зарубежной научной информации по теме ВКР; научная обработка данных, полученных в ходе практики с целью включения их результатов в ВКР. Формирование и развитие личностных качеств, выработка у студентов индивидуального стиля профессиональной деятельности; выработка у студентов творческого, исследовательского подхода к профессиональной деятельности, приобретение ими навыков анализа своего труда, формирование потребности в постоянном самообразовании и обеспечение заинтересованности студентов; приобретение и совершенствование опыта научно-исследовательской работы; приобретение опыта организаторской работы.

**2. Место дисциплины в структуре ОП** Преддипломная практика является составным элементом магистерской программы. Результаты обучения используются при написании и защите ВКР (магистерской диссертации).

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Государственная итоговая аттестация»**

**1. Цели и задачи Государственной итоговой аттестации**

**Цель государственной итоговой аттестации** - установление уровня подготовки выпускников к выполнению профессиональных задач и соответствия их подготовки требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.04.03. «Издательское дело» для реализации образовательных программ высшего профессионального образования (магистратура) как одной из основных форм контроля и оценки уровня и качества теоретической и практической компетентностной подготовленности выпускника к осуществлению будущей профессиональной деятельности и соответствия подготовки требованиям ФГОС ВО по данному направлению.

**Задачи государственной итоговой аттестации:** - оценить уровень практической и теоретической подготовки выпускника-магистра к выполнению профессиональных задач в области редакционной подготовки печатных и электронных изданий, продвижения и распространения издательской продукции, управление издательскими процессами, соответствие требованиям Государственного образовательного стандарта высшего профессионального.

**2. Место дисциплины в структуре ОП** Государственная итоговая аттестация выпускника является обязательной, осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме и является логическим завершением профессионального обучения, площадкой для закрепления знаний и умений и реализации их в практической деятельности в сфере издательского и антикварного дела.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины** Обучающиеся, освоившие программу магистратуры направления подготовки 42.04.03. «Издательское дело» по профилю «Современный издательский процесс: инновационные практики», должны: **Знать:**

современное состояние и тенденции развития издательского дела (традиционного и электронного);

основную нормативно-правовую базу и нормативно-инструктивную литературу в области книжного дела,

профессиональную периодику (научную и отраслевую) и специализированные сайты, структуру издательства, репертуар и объем выпускаемой продукции; практику производства и реализации книжной продукции;

инновационные технологии в маркетинговой деятельности издательств, в производстве и реализации книжной продукции.;

теоретические основы подготовки издательских проектов.; особенности традиционных и инновационных издательских технологий; конъюнктуру рынка; методы и приемы определения и исследования целевых аудиторий; принципы принятия управленческих решений;

основные способы организации и координации управления издательскими проектами. **Уметь:**

определять направление и содержание инновационной деятельности издательства; использовать знания, полученные за время обучения, для профессионального роста, самообразования и самореализации;

выявлять общественную потребность в издательской продукции и оценивать покупательский спрос;

формировать ассортимент книготорговых предприятий и репертуар издательств; вырабатывать и реализовывать управленческие решения с учетом умений и моральноволевых качеств отдельных сотрудников и особенностей корпоративной культуры; формировать и координировать рекламную политику издательского предприятия; разрабатывать концепцию и контент веб-сайтов издающих организаций и предприятий распространения издательской продукции;

использовать современные технологии в процессе распространения всех видов издательской продукции; профессионально оценивать качество литературного труда и редакционной подготовки печатных и электронных изданий;

формировать и реализовать различные инновационные стратегии в издательском деле. **Владеть:** методикой формирования репертуара предприятий, входящих в состав издательской системы;

приемами и методами разработки концепции нового издания и ее обоснования; навыками организации маркетинговой деятельности с учетом специфики отрасли; методикой изучения покупательского спроса на издательскую продукцию и оценки конъюнктуры ее рынка;

методами и приемами формирования ассортимента и репертуара предприятий отрасли; методами и приемами обслуживания оптовых и розничных покупателей; культурой принятия управленческих решений; навыками подготовки и реализации управленческих решений.

## **Аннотация рабочей программы дисциплины**

### **«Редакторская подготовка переводных изданий»**

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель** изучения дисциплины — обучение студентов методам, навыкам и приемам подготовки к печати и выпуску в свет изданий переводной литературы на основе формирования у них специальных знаний, характеризующих особенности редакторской подготовки переводных изданий.

**Задачами изучения дисциплины** являются: - формирование общетеоретических основ редактирования переводной литературы - знакомство с историей и современным состоянием отечественной переводной книги - формирование представлений о специфике работы редактора над переводными изданиями различных типов и видов - обучение навыкам редакторской подготовки аппарата переводного издания

#### **2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры**

Изучение данной дисциплины базируется на компетенциях, сформированных в результате обучения по программе магистратуры. Логически и методически изучение дисциплины связано с базовыми знаниями, полученными при изучении курсов гуманитарного, социального и экономического циклов: «Практическая и функциональная стилистика русского языка», «Современное издательское дело», «Основы редактирования», «Технология редакционно-издательского процесса», «Редакторская подготовка изданий», «Авторское право».

#### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

**В результате освоения ОП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими** результатами обучения . В результате изучения дисциплины студент должен:

**знать:** - современное состояние и тенденции, характеризующие выпуск переводной литературы в России

- историю издания и восприятия переводной литературы в России в целом (начиная от рукописной традиции переводной литературы до современного состояния книгоиздания в этой области)

- специфику функционирования переводной литературы в системе современного отечественного книгоиздания

- специфику восприятия произведения литературы различными категориями читателей и учитывать эту специфику при подготовке издания

- механизмы формирования репертуара переводных изданий, особенности и задачи его реализации в программах издательств, задачи и возможности интерпретации переводных произведений различных жанров средствами книгоиздания

- теоретические и практические основы редакторской подготовки аппарата изданий переводной литературы

**уметь:**

- разрабатывать концепцию, модель и проект переводного издания и реализовывать их в реальных условиях редакционно-издательского процесса
- организовывать рецензирование; привлекать специалистов для подготовки издания

**владеть:** - специальной терминологией в области редакторской подготовки книжных переводных изданий -  
навыками многоаспектного анализа перевода

художественной/нехудожественной литературы, а также критериями редакторской оценки перевода с учетом целевого назначения и читательского адреса издания