

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
АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)



УТВЕРЖДАЮ
Директор института
издательского дела и журналистики

Е.Л. Хохлогорская

« 30 » августа 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Издательские стратегии»

Направление подготовки
42.04.03 «Издательское дело»

Профиль «Современное издательское дело: инновационные практики

Квалификация (степень) выпускника
Магистратура

Форма обучения
Очная, заочная

1. Цели и задачи освоения 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 традиционных (печатных) и электронных изданий;
 - 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 литературного труда и редакционной подготовки печатных и электронных изданий;
 - владение рекламно-маркетинговыми приемами продвижения издательств и издательских проектов в социальных медиа.
- владение навыками внедрения инновационных технологий в издательскую деятельность.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Издательские стратегии» является составным элементом профессионального цикла магистерской программы. Дисциплина изучается студентами во втором 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», «Инновационные технологии 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 «Культура книгоиздательского дела: Традиции и современность», «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 5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, и обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии. ИУК-5.2. Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп. ИУК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание особенностей различных культур и наций.
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

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часов (из них 36 – самостоятельная работа студентов). Дисциплина «Издательские стратегии» изучается на первом курсе второго семестра: лекций – 36 час., практических занятий – 36 час., самостоятельная работа – 72 час., аудиторные занятия – 72 час., итого - 144. Форма итогового контроля – зачет – 1 час.

Структура и содержание дисциплины «Издательские стратегии» по срокам и видам работы отражены в приложении 1.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину. Общая характеристика курса, его цели и задачи, рекомендуемая литература.

Общая характеристика курса, его цели и задачи. Цели его изучения, в том числе усвоение теоретических знаний и выработка практических навыков и умений. Место изучаемой дисциплины в системе других дисциплин, которые формируют профессиональные качества современного редактора-издателя, работающего в условиях рыночной экономики и интенсивного развития новых инфокоммуникационных технологий. Компетенции (общекультурные, профессиональные), вырабатываемые в процессе обучения. Рекомендуемая литература. Структура курса и методика его изучения. Организация самостоятельной работы студентов. Организация практических занятий, включая посещение издательств, международных и национальных книжных ярмарок.

Тема 2. Современная система книгоиздания: динамика выпуска, основные тенденции развития, репертуарная политика. Сущность редактирования и его основные функции. Общая характеристика новых издательских технологий, в том числе проективных технологий.

Издательское дело как культурное предприятие. Культурно-просветительская миссия издателей. Современная система книгоиздания: динамика выпуска, основные тенденции развития, репертуарная политика. Типология издательств. Издательства-трендсеттеры на российском книжном рынке: интеллектуальные/культурные, неконформистские издательства и пр. Сущность редактирования и его основные функции. Новые направления редактирования. Общая характеристика новых издательских технологий, в том числе проективных технологий (культурное значение, коммерческий потенциал, этические и правовые аспекты и пр.). Механизмы культурной фильтрации в издательском деле. Формирование издательского портфеля. Поиск новых авторов и произведений, в том числе в интернете (на тематических сайтах, в социальных медиа и пр.). Работа с литературными агентствами. Оценка рукописей.

Тема 3. Издательские стратегии: их трактовки и концептуализация

Понятия «стратегия» и «тактика». Задача стратегии – эффективное использование наличных ресурсов для достижения основной цели. Доминирующие и смешанные стратегии в издательском бизнесе. Понятие стратегии у теоретиков менеджмента. Трактовки Генри Минцберга (*Henry Mintzberg*): стратегия как план, как образец, как позиция, как уловка, как перспектива. Стратегический менеджмент (*стратегия проникновения на рынок; стратегия развития рынка; стратегия создания продукта; стратегия диверсификации*).

Многозначность трактовки понятия «стратегии». Стратегия как «тенденция», как «план действия для достижения целей» (реже «вид деятельности»), «общий, всесторонний план достижения целей», иногда «политика», «поведение» (например, интернет-стратегия, медиастратегия). Виды издательских стратегий: цифровые, онлайн-овые, рекламно-маркетинговые, репертуарные, академические, неконформистские, оформительские, переводческие и пр.

Концептуализация издательских стратегий в области литературно-художественных изданий; изданий в сфере общественных / социально-политических и филологических наук. Культурные инициативы и фонды (международные, национальные, государственные, частные), которые поддерживали(ют) издательские программы

Понятие «нон-фикшн», основные жанры нон-фикшн. Формирование рынка беллетризованного нон-фикшн в современной издательской практике (на примере репертуарной политики издательств: «Бомбора», «Альпина Паблицер», «Манн, Иванов и Фербер» (МИФ), ИД «Питер» и др.).

Тема 4. Серийность как одна из главных издательских стратегий в постсоветский период. Понятие «серии». Принципы объединения книг в серии. Серийное оформление. Серия как издательский бренд. Основные задачи серии, которые учитывает редактор при ее проектировании.

Принцип серийности в книгоиздании (советский и постсоветский период). Краткий исторический экскурс (от первых серий Альда Мануция до современной издательской практики). Серийность как одна из главных издательских стратегий в постсоветский период. Понятие «серии». Основные принципы объединения книг в серии. Типы литературно-художественных серий (*научные, научно-массовые, массовые*). Серия как издательский бренд. Серийное оформление (парадоксы унификации). Известные серии советских и российских издательств, их общая характеристика (оформление, принципы формирования репертуара, аппарат): «Библиотека поэта» («Советский писатель», «Академический проект», «Вита Нова»); «Литературные памятники» («Академия наук СССР», «Ладомир», «Наука»); «БВЛ» («Художественная литература»); «ЖЗЛ» (до революции выпускалась издательством Ф. Ф. Павленкова; были попытки инициировать серию другими издательствами; с 1938 г. «Молодая гвардия»); «*Ex libris*» («Симпозиум»); «Личная библиотека Борхеса», «*Millenium – Тысячелетие*», «Поколение Y», «Читать [модно]» («Амфора»); «The Best of Иностранка» («Иностранка»); «Женский почерк» («Вагриус»), «АСТ» («Альтернатива»). Современные (действующие) серии российских издательств: «Новая русская классика» («Редакция Елены Шубиной», РЕШ); «Коллекция «Метаморфозы» в интерпретации современных иллюстраторов («Рипол-Классик»); «АСТ» («Эксклюзивная классика», «Величайший интеллектуальный триллер»); «Азбука» («Азбука-классика» (в обложке); «Малая библиотека шедевров»); ИД Мещерякова («Малая книга с историей»); «Пальмира» («Разум и чувства»); «ЭКСМО» («*pocketbook*», «Интеллектуальный бестселлер. Читает весь мир») и др. Серии изд-ва *Corpus* («Автор как персонаж», «Винтажный детектив», «Лучший скандинавский триллер», «Весь Умберто Эко»); научно-популярные серии (TED BOOKS, «Элементы», «Библиотека премии «Просветитель», «Библиотека Фонда «Эволюция») и пр. Нон-фикшн серии издательств: «Бомбора» («Куриный бульон для души», «Сенсация в медицине» и пр.); «Манн, Иванов и Фербер» («МИФ. Культура и искусство», «МИФ. Кругозор», «МИФ. Саморазвитие»); «Альпина Паблицер» («Альпина. Бизнес») и пр. Серии интеллектуальных / культурных издательств (на примере «Ад Маргинем», «НЛЮ» и др.). Основные задачи серии, которые должен учитывать редактор при ее подготовке (или проектировании).

Тема 5. Культура издания: Основные элементы аппарата издания и методика редакторской подготовки. Типология изданий (общая характеристика). Типы и виды литературно-художественных изданий. Аппарат издания. Вспомогательные указатели, их основные виды; методика редактирования. Издательская интерпретация произведений.

Общая типологическая характеристика изданий. Издательская интерпретация произведения автора. Концепция и модель издания. Разработка и обоснование концепции издания с точки зрения уровней (видо-типологический, предметный, конструктивный и пр.) и компонентов (вид, задачи, читательский адрес издания; характер потенциальных читательских запросов; оригинальность и ценность произведения и др.).

Типы и виды литературно-художественных изданий. Основные элементы аппарата издания и методика их редакторской подготовки. Справочно-вспомогательный и научно-справочный аппарат (сопроводительные статьи, комментарии, указатели и пр.) в изданиях различного типа и вида. Вспомогательные указатели в изданиях различного типа и вида.

Виды указателей по основным признакам: содержанию, тематике (или типу сведений), способам упорядочения (расположения материала), структуре рубрик.

Методика редактирования и составления указателей в современной издательской практике. Редакторская оценка указателей по следующим критериям: *полнота указателя, язык указателя, ссылочный аппарат указателя, культура исполнения и технические требования*. ГОСТ 7.78–99 «Издания. Вспомогательные указатели» (требования к указателям и область их применения). Разработка концепции издания: основные методические подходы.

Тема 6. Комментарии как элемент аппарата издания. Методологические аспекты комментирования. Основные виды комментариев (текстологический, историко-литературный, реальный, лингвистический). Инновационные принципы комментирования в современной издательской практике.

Методологические аспекты комментирования. Комментарий как порождающий механизм культуры и как неотъемлемый компонент эдиционной практики. Функции и границы комментария в изданиях. Основные цели и функции комментариев. Классификации основных видов комментариев по объектам и приемам пояснения (текстологический, историко-литературный, лингвистический, реальный). Текстологический комментарий в академических изданиях. Особенности комментирования аллюзий, литературных реминисценций и пр. видов цитат (скрытых, явных, полигенетичных). Инновационные принципы комментирования в современной издательской практике (на примере традиционных и сетевых изданий). Интертекстуальный, мотивный, психоаналитический, тотальный комментарий в издательских проектах классики. Классификация реалий. Визуализация в реальных комментариях. Наиболее значимые проекты комментированных изданий.

Тема 7. Академические стратегии. Академическое книгоиздание: история и традиции эдиционной подготовки классического наследия. Теоретические основы электронной архивации классического наследия. Научная коллаборация в цифровой среде. Цифровые архивы культурного наследия.

Основные этапы развития (дореволюционный, советский и постсоветский период) русской школы текстологии. Понятийный аппарат текстологической науки: *автор, текст/произведение, список, автограф, вариант, разночтения, конъектура, атрибуция, датировка, локализация, глосса, интерполяция, «воля автора»*. Трактовки понятий «классическая книга», «классика», «литературный канон».

Установление научно-критического текста (в другой терминологии — канонического, основного, аутентичного и пр.). Основные методы установления текста: конъектура, реконструкция, контаминация. Типы изданий классических текстов. Научно-критические или академические издания как вершина изданий научного типа. Виды сопроводительных статей в изданиях классических текстов научно-массового и научного типа.

Академические стратегии. Современная эдиционная практика и новые текстологические подходы. Масштабные проекты академических собраний сочинений классики, инициированные в постсоветский период. Комментирование как проблема редакторской подготовки академических (научно-критических) изданий.

Серия «Литературные памятники (задачи серии, принципы отбора произведений, переводческие принципы, научный аппарат).

Академические подходы к изданию литературы по гуманитарным наукам в постсоветский период на примере изд-в: «Языки русской/славянских культур», «Новое Литературное обозрение», «ОГИ» (Объединенное гуманитарное издательство), «Алетейя», «Академический проект» (СПб.), «РОССПЭН», «Праксис», «Новое издательство», изд-во Института Гайдара и др.

Многопрофильность цифровых библиотек (сочетание издательских, библиотечных/архивных, научно-исследовательских функций — последнее для академического сегмента). Известные международные проекты электронных хранилищ и архивов электронных копий произведений мировой литературы. Национальные и международные проекты электронных библиотек. «Национальная электронная библиотека» (НЭБ). Оцифрованные книжные памятники на портале НЭБ (<https://kp.rusneb.ru/>)

Российские электронные библиотеки: общая характеристика. Академический сегмент Рунета: Русская виртуальная библиотека (РВБ, с 1999 г.), Фундаментальная электронная библиотека (ФЭБ) «Русская литература и фольклор» (с 2002 г.). Электронные научные издания (ЭНИ) ФЭБ «Русская литература и фольклор» («Пушкин», «Гоголь», «Лев Толстой», «Чехов» и пр.) и отдельные проекты РВБ.

ИМЛИ РАН и ИРЛИ РАН — текстологическая деятельность по подготовке академических собраний сочинений отечественного классического наследия. Академические собрания сочинений Пушкинского дома (электронная библиотека), на декабрь 2022 г. — 28 проектов, включающих оцифрованные академические издания с иллюстративным (визуальным) материалом документального типа: Белинский, Герцен, Гоголь, Гончаров, Добролюбов, Достоевский, Капнист, Лермонтов, Некрасов, Прокопович, Пушкин, Радищев, Салтыков-Щедрин, Тургенев, Успенский, Чернышевский и пр.

Генетическая критика во Франции (основные понятия). Новые текстологические подходы к изданию модернистской литературы XX в. Цифровая гуманитаристика (*Digital Humanities*). Трансформации фундаментальных понятий (авторство, произведение/текст, литературный канон, чтение, издание) в электронной среде. Научная редактура и научная коллаборация в цифровой среде. Принципы организации цифровых архивов культурного наследия.

Тема 8. Проективные технологии в издательском деле (часть I). *Creative writing* / литературное мастерство и креативная редактура. Новые издательские

технологии озаглавливания книг.

Проективные технологии в издательском деле. Понятия «проект», «издательский проект», «авторский проект», «литературный проект». Технология создания бестселлеров. Текстовые и внетекстовые стратегии создания бестселлера. Авторские (литературные) стратегии. Роль редактора и литературного агента в создании бестселлера.

Современные издательские практики озаглавливания книг. Историко-литературный, и историко-библиографический экскурс по книжным заглавиям. Типология заглавий (синтактика, семантика, прагматика). Новые издательские технологии озаглавливания, Основные приемы озаглавливания на примере изданий беллетристических жанров художественной литературы и нон-фикшн. Роль заглавий бестселлеров в формировании моды на заглавия (количественные методы исследования современных заглавий). Особенности перевода и редактирования заглавий книг. Типичные ошибки переводных заглавий. Провокативные заглавия книг. Поэтика и прагматика заглавий в контексте *Digital Humanities*. Франко Моретти и концепция «дальнего чтения». Нейросети и генерация книжных заглавий.

Тема 9. Проективные технологии в издательском деле (часть II). *Creative writing* / литературное мастерство и креативная редакция. Новые издательские технологии. Способы «конструирования «автора». Псевдоним как литературный и издательский феномен.

Авторство как текстологическая и книговедческая категория. Способы конструирования «авторства» в современной издательской практике (на примере литературно-художественных жанров и нонфикшн). Псевдоним как литературное явление и издательский феномен. Псевдоним (ложное имя) как полифункциональный знак. Классификация и функции псевдонимов. Виды псевдонимов по способу образования. Основные термины по видам псевдонимов (*полионим, криптоним, гетероним, аноним* и пр.). Типы авторства, реализуемые в псевдонимах: индивидуальное, коллективное и соавторство. Основные причины и мотивы псевдонимности. Гострайтер (автор-призрак). Литературные и книжные мистификации. Прецеденты в издательской практике, связанные с авторским правом, при использовании псевдонимов и мистификаций. Конструирование «авторства» для произведений жанра нон-фикшн. Социальная ответственность издательств и «Закон о защите прав потребителей».

Тема 10. Проективные технологии в издательском деле (часть III). *Creative writing* литературное мастерство и креативная редакция. Новые издательские технологии: способы литературной обработки текста и продвижения издательских проектов.

Creative writing (писательское / литературное мастерство) и креативная редакция. Основные понятия *creative writing*. Способы литературной обработки текста, которые учитывают жанровую специфику (дамский/сентиментальный роман, различные ответвления детективного жанра, фэнтези, беллетризованные биографии и пр.), а также ориентированы на массовую читательскую аудиторию и ее отдельные сегменты, выделяемые по гендерному, возрастному признаку и пр. Особенности редактирования жанров массовой литературы. Художественные особенности массовой литературы: высокая степень стандартизации, ее релаксационный и

эскапистский характер. Основные литературные приемы беллетристики: напряжение (саспенс), идентификация (или отождествление с персонажами) и создание слегка видоизмененного воображаемого мира. Способы оживления стереотипов в массовой литературе. Редактирование художественной беллетристики (на примере детектива и сентиментального романа).

Способы актуализации классики на примере массовых изданий (мэшапы американского изд-ва *Quirk Books*; проекты изд-ва «Слово», связанные с Джейн Остин; серии комментированной классики от изд-ва *Clever* и др.).

Феномен фанфика (фан-фикшн) — создание сообществом поклонников произведений по мотивам чужого творчества — и его взаимодействие с издательской практикой. Появление новых производных беллетристических жанров: сиквел, приквел, спин-офф, мэшап. Издательские проекты фанфиков (на примере изданий по мотивам классических произведений и киносериалов). Правовые споры между фан-райтерами относительно правомерности использования тропов и мотивов, общих для исходной вселенной.

Креативные подходы в разработке и реализации издательского проекта (отдельного произведения, серии и пр.), в целом учитывающие комплекс различных параметров, но прежде всего жанровую специфику, дизайн и рыночные требования.

Тема 11. Современные оформительские стратегии. Визуальные влияния и заимствования в оформлении книг (на примере современной издательской практики). Книжные обложки, их функции, технологии создания. Основные типы ошибок в оформлении обложек и роль редактора. Книжные обложки в цифровую эпоху.

Книжные обложки/переплеты (основные дефиниции). Книжные обложки/переплеты: генезис, эволюция и современные технологии создания. Функции книжных обложек (идентификационная, мнемоническая, брендовая, интерпретационная, художественно-эстетическая, рекламно-маркетинговая). Типология книжных обложек (общие подходы). Визуальные влияния и заимствования в оформлении книг (на примере современной издательской практики). Ведущие звездные дизайнеры книжных обложек на мировом рынке (Чип Кидд, Питер Мендельсунд, Дэвид Пирсон и др.), российские дизайнеры (А. Бондаренко, А. Гусев и др.). Основные типы ошибок в оформлении обложек и роль редактора. Принципы серийного оформления (на примере книжных обложек). Визуальная история произведения в книжных обложках. Коллекции и цифровые архивы книжных обложек. Издательские платформы и сервисы по созданию книжных обложек. *UGC (user generated content)* в издательском деле. Издательский конкурс обложек для читателей (*Quirk Books The Mash-Up Contest* в 2011 г.; ЭКСМО с конкурсом *Cover Revolution* в 2016 г. и др.). Статус книжных обложек в цифровую эпоху. Анимированные книжные обложки. Роль внешнего оформления в продвижении книг.

Тема 12. Издательские стратегии в электронной среде. Структура рынка цифрового книгоиздания. Новые формы редактирования в электронной среде: веб-редактирование; коллаборативное.

Цифровые и онлайн-стратегии российских издательств (на примере

«ЭКСМО», «Альпина Паблишер», «Манн, Иванов и Фербер» и др.). Структура рынка цифрового книгоиздания: смешанные издательства, выпускающие печатные и электронные книги; цифровые издательства; электронные книжные магазины и онлайн-платформы («ЛитРес»); селф-паблишинговые платформы; подписные библиотечные сервисы (*Bookmate, Mybook*); компании, выпускающие аудиокниги. Технологии «печати по требованию» (*print-on-demand*).

Основы веб-редактирования, отличия от традиционных принципов редактирования печатного текста, обусловленные интернет-средой (гипертекстуальностью, интерактивностью и пр.), особенностями восприятия электронного текста и спецификой интернет-аудитории. Свойства веб-текста, принципы его конструирования. Структурно-композиционные требования; требования к языку и стилю; требования к лиду; роль гиперссылок; способы маркирования электронного текста и пр. Модификация современной системы СМИ, основные ее характеристики (*дигитализация, конвергенция, глобализация, диверсификация*). Типологическая характеристика электронных периодических изданий. Электронный журнал (*webzine, ezine, zine*) как вид. Основные принципы написания статей для веб-журналов. Интерактивность интернет-журналов. Язык и стиль интернет-журналистики. Содержательные, структурные, жанровые и лингвостилистические особенности массового интернет-журнала, принципы редакторской подготовки. Визуализация контента. Настройка и персонализация контента. Базовые понятия рекламы в прессе (медиа-кит, рейтинг, медиаисследование, медиамониторинг). Основные понятия интернет-рекламы (*баннерная, контекстная реклама, таргетинг*). Новое поколение российских медиа (общая характеристика). Цифровые издательства, или платформы для создания журналов. Цифровая дистрибуция журналов. Новые жанры и форматы электронных публикаций (*лонгрид, коуб, мультискрипт* и пр.). Медиа-вирусы, или интернет-мемы. Медиаконвергенция. Особенности работы конвергентной редакции. Технологии веб 2.0; веб 3.0. Фольксономия. Концепция «длинного хвоста» Криса Андерсона (*Chris Anderson. The Long Tail: How Endless Choice is Creating Unlimited Demand. Random House UK, 2006*).

Принципы *коллаборативного редактирования* (на примере справочно-энциклопедических ресурсов). Феномен свободной энциклопедии *Wikipedia* («Википедия»). История и динамика развития проекта. «Википедия» как энциклопедия и как сообщество редакторов-волонтеров со своими правилами и институциями. Многоуровневая система прав пользователей. Виды вандализма. Особенности русской «Википедии». Викивстречи редакторов. Предварительные оценки качества и надежности публикуемых энциклопедических материалов. Проблема контроля над достоверностью информации, борьба с фальсификациями. Новый энциклопедизм (или новая энциклопедическая «картина мира»). Сравнение «Википедии» с другими онлайн- и печатными энциклопедиями.

Тема 13. Переводная литература в системе современного книгоиздания. Стратегии перевода (в общем виде). Переводческие трансформации. Критерии редакторской оценки перевода произведений литературы. Типология и аппарат переводного издания.

Традиции издания переводной литературы в России. Переводная литература в общей структуре выпуска книжной продукции. Динамика выпуска по основным

статистическим показателям. Современная издательская практика. Издания различных видов переводной литературы: художественной, научной, научно-популярной, учебной, справочной.

Репертуар литературно-художественных изданий в постсоветский период. Переводческие программы в области историко-филологических и общественных наук (*Translation Project*). Общая характеристика доминирующих тенденций в издании переводной литературы на современном этапе.

Общая характеристика современных издательских стратегий и издательств, занимающихся выпуском переводных изданий. Интеллектуальные/культурные издательства: издательский дом «Новое литературное обозрение», «Ад Маргинем», «Алетейя», «РОССПЭН» и др. Издательства, специализирующиеся на выпуске переводной художественной литературы (*Corpus*, «Симпозиум», «Иностранка» и др.). Коммерческие издательства («ЭКСМО», «АСТ», «Азбука-Аттикус», «РОСМЭН», «ОЛМА-ПРЕСС», «РИПОЛ-КЛАССИК»), выпускающие различную переводную литературу: художественную, детскую, учебную, справочную (в основном прикладного характера) и пр.

Особенности работы редактора над текстами переводов художественной и нехудожественной литературы. Проблема редакторской оценки перевода (общая постановка). *Стратегии* художественного перевода (в общем виде).

Теоретические основы перевода. Сущность перевода как репрезентация оригинала в другой культуре. Различные дефиниции перевода. Перевод как процесс межъязыковой трансформации при сохранении инвариантного содержания. Понятие «единицы перевода». Роль экстралингвистических компонент при переводе. Языковые значения и перевод. Основные типы значений: *референциальные, прагматические, (внутри)лингвистические*. Семантические расхождения между языками. Редакторский учет особенностей семантических соответствий при переводе. Специфика передачи *референциальных* значений. Проблема перевода безэквивалентной лексики. Виды (или принципы) перевода безэквивалентной лексики: транслитерация, транскрипция, калькирование, приближенный, описательный, трансформационный переводы. Практическая транскрипция. Перевод и редактирование собственных имен. Особенности передачи фразеологических единиц (ФЕ) на языке перевода.

Специфика передачи прагматических значений слов ИЯ. Стилистическая характеристика, стилистический регистр и эмоциональная окраска слова. Передача метафорических значений слов. Коннотации и ее учет при переводе и редакционной обработке текста. Виды переводов прагматических значений. Важность прагматического фактора для художественного перевода. Важность внутрilingвистических значений для переводов поэтических произведений.

Художественный перевод как вид литературного творчества. Принципы литературного перевода и поэтического (e.g. для поэзии – эквилинеарность, эквиритмия, система строф и пр.) и их реализация в конкретных издательских проектах. Типология художественных переводов в зависимости от целевого назначения издания.

Релевантность фоновых знаний при переводе и редактировании переводного текста. Критерии редакторской оценки переводной художественной литературы. Современные проблемы научного (и научно-технического) перевода и критерии его редакторской оценки.

Особенности перевода и редактирования рекламных текстов. Проблемы социолингвистической адаптации рекламных текстов. Машинный перевод.

Методика редактирование переводной литературы. Инструментарий переводчика/редактора. Использование словарей (справочной литературы) в процессе редактирования переводной литературы. Электронные справочные, энциклопедические, полилингвистические издания в современных условиях работы редактора и переводчика.

Типология и аппарат переводных изданий.

Тема 14. Новые социокультурные и сетевые механизмы продвижения издательских проектов. Институт литературных конкурсов/премий в России. Рекламно-маркетинговые стратегии в социальных медиа.

Институт литературных конкурсов/премий в России, влияние на книжный рынок. Литературные премии «Большая книга», «Национальный бестселлер», «Русский Букер», «Ясная Поляна», «Просветитель», «Лицей» и пр. Креативные подходы в целях раскрутки издательских проектов. Поиск новых способов продвижения и рекламы книги, включая получающие все большее распространение каналы цифровой дистрибуции: реклама и продвижение в социальных медиа, различные сетевые формы представительства издательств (корпоративные издательские сайты, блоги, youtube-каналы и пр.). Буктрейлеры в системе рекламно-маркетинговых коммуникаций (предыстория появления, определение, основные виды буктрейлеров по технологии их создания, конкурсы буктрейлеров и пр.).

Корпоративный издательский сайт, функциональное назначение (основные цели и задачи). Издательский сайт как основной информационный и рекламный инструмент. Репертуар издательства как основа функционирования сайта. Веб-презентации как инструмент издательского брендинга (брендинг издательства, авторов, персонажей, серий, определенных видов издаваемой литературы и пр.). Витрины книжных обложек на современных издательских сайтах. Роль редактора в разработке концепции и функционировании сайта, а также в процессе формирования обновляемого контента сайта.

Инструмент блоггинга в издательском деле, его основные функции. Феномен блог-литературы. Примеры изданий литературных произведений, раскрученных с использованием блог-сервисов. Книжные продюсирование.

Селф-публишинговые платформы. Self-pub издания и его влияние на современную издательскую практику. Профессиональные сообщества: редакторские, корректорские, журналистские в социальных медиа. Читательские сообщества в социальных медиа и их роль в продвижение издательских проектов в процессе интерактивного взаимодействия с издательствами. Интегрированные маркетинговые коммуникации. *Social media marketing* (SMM), инфлюэнс маркетинг. Краудфандинговые платформы как финансовый и рекламно-маркетинговый инструмент для создания и продвижения издательских проектов. Креативные издательские проекты, реализованные с помощью крауд-фандинговых платформ (глобальных и российских). Рекламно-маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа.

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, сопровождающиеся 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 (магистерской диссертации, библиографических данных, теоретических источников/литературы по теме курса и пр.);
- 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);
- подготовка творческих заданий.

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

Комплект заданий по темам докладов (эссе), 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-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
ПК-1	Способен организовывать и координировать процесс создания медиапродукта любого уровня сложности в разных медиа

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

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 «Издательские стратегии» (выполнили творческие задания, подготовили доклады, сообщения, выполнили курсовую работу).

Шкала оценивания	Описание
<i>Отлично</i>	<i>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.</i>
<i>Хорошо</i>	<i>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.</i>
<i>Удовлетворительно</i>	<i>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.</i>
<i>Неудовлетворительно</i>	<i>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.</i>

Фонды оценочных средств представлены в приложении 2 к рабочей программе.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. *Зими́на Л. В.* Культурная конвергенция: Новые медиа и издательский бизнес // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. №5. Филология. Искусствоведение (Вып. 94). С. 377 – 382. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kulturnaya-konvergentsiya-novye-media-i-izdatelskiy-biznes> (дата обращения: 04.04.2022).
2. 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=l82xv2h1mt289038322> (дата обращения: 04.09.2022)

б) дополнительная литература

1. *Герчук, Ю. Я.* Художественная структура книги: учеб. пособие для студентов вузов / Ю. Я. Герчук. – Москва : РИП-холдинг, сор. 2014. – 212, [1] с. – ISBN 978-5-903190-63-8.
2. *Григорьянц Е. И.* Книжная серия как инструмент стимулирования читательских интересов // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2012. – №1. – С. 75–79. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/knizhnaya-seriya-kak-instrument-stimulirovaniya-chitatelskih-interesov> (дата обращения : 04.04.2022).
3. *Зими́на Л. В.* Буктрейлеры в системе рекламно-маркетинговых коммуникаций книжного дела // Известия вузов / Проблемы полиграфии и издательского дела. 2012. № 2. С. 170–179. URL: URL: URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 04.04.2022).
4. *Зими́на Л. В.* Маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа // Известия вузов / Проблема полиграфии и издательского дела. 2015. № 2. С. 70-79. URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 04.04.2022).
5. *Калассо, Роберт.* Искусство издателя / пер. А. Дунаева. – М.: Ad Marginem Пресс, 2017. – 160 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. **Горький: проект о книгах и чтении.** URL: <https://gorky.media/>.
2. **Фундаментальная электронная библиотека «Русская литература и фольклор».** URL: <http://feb-web.ru/>.
3. **Publishit Ru** (портал об отечественном книгоиздании и книготорговле). URL: <http://publishit.ru/>.
4. **Pro-books Ru:** Профессионально о книгах (лента новостей книжной отрасли, аналитические материалы и рейтинги, новости издательств, книжные новинки и пр.) <<http://pro-books.ru/>> (можно просмотреть только архив).

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для материально-технического обеспечения дисциплины необходимо использовать для лекционных и практических занятий аудиторию 4202 (учебный корпус, расположенный по адресу: г. Москва, ул. Садово-Спаская, д. 6), оснащенный проекционным оборудованием с ноутбуком, подключенным к интернету (как для лекционных занятий, так и практических).

9. 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 рефератов (эссе); при выполнении практических заданий; при работе над творческими заданиями).

Кроме того, при освоении дисциплины предусматривается:

- ЭОР Издательские стратегии <https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=3282>
- 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);
- экскурсии в издательства и на книжные выставки-ярмарки.

10. Методические рекомендации для преподавателя

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Издательские стратегии» 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
01.09.2022 г., протокол № 1

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 «Издательские стратегии» 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	Рефе- рат	Эссе	Э	З	
1	Введение в дисциплину.			2												
2	Современная система книгоиздания: динамика выпуска, основные тенденции развития, репертуарная политика. Сущность редактирования и его основные функции. Общая характеристика новых издательских технологий, в том числе проективных технологий.			2	2		2				+		+			
3	Издательские стратегии: их трактовки и концептуализация			2	2		2					+		+		
4	Серийность как одна из главных издательских стратегий в постсоветский период. Понятие «серии». Принципы объединения книг в серии. Серийное оформление. Серия как издательский бренд. Основные задачи серии, которые учитывает редактор при ее проектировании.			2	2		2									
5	Культура издания: Основные элементы аппарата издания и методика редакторской подготовки. Типология изданий (общая характеристика). Типы и виды литературно-художественных изданий. Аппарат издания. Вспомогательные указатели, их основные виды; методика			4	6		6				+	+	+	+		

	редактирования. Издательская интерпретация произведений.													
6	Комментарии как элемент аппарата издания. Методологические аспекты комментирования. Основные виды комментариев (текстологический, историко-литературный, реальный, лингвистический). Инновационные принципы комментирования в современной издательской практике.			4	4	4				+				
7	Академические стратегии. Академическое книгоиздание: история и традиции эдиционной подготовки классического наследия. Теоретические основы электронной архивации классического наследия. Научная коллаборация в цифровой среде. Цифровые архивы культурного наследия.			4	4	4				+		+		
8	Проективные технологии в издательском деле (часть I). <i>Creative writing</i> / литературное мастерство и креативная редакция. Новые издательские технологии озглавливания книг.			2	2	2				+		+		
9	Проективные технологии в издательском деле (часть II). <i>Creative writing</i> / литературное мастерство и креативная редакция. Новые издательские технологии. Способы «конструирования «автора». Псевдоним как литературный и издательский феномен.			2	2	2			+	+		+		
10	Проективные технологии в издательском деле (часть III). <i>Creative writing</i> / литературное мастерство и креативная редакция. Новые издательские технологии: способы литературной обработки текста и продвижения издательских проектов.			2	2	2				+				

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ 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

Издательские стратегии

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

Москва, 2022 год

ПОКАЗАТЕЛЬ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Издательские стратегии					
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-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, и обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии. ИУК-5.2. Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп. ИУК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание особенностей различных культур и наций.	лекции, самостоятельная работа, практические занятия	ДС, ТЗ	Базовый уровень: воспроизводство полученных знаний в ходе текущего контроля Повышенный уровень практическое применение полученных знаний в процессе подготовки к практическим занятиям, к выступлению с докладом, к подготовке индивидуальных творческих заданий

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	Базовый уровень: воспроизводство полученных знаний в ходе текущего контроля Повышенный уровень практическое применение полученных знаний в процессе подготовки к практическим занятиям, к выступлению с докладом, к подготовке индивидуальных творческих заданий
------	--	---	--	--------	---

** - Сокращения форм оценочных средств см. в приложении 3 к РП.

Перечень оценочных средств по дисциплине Издательские стратегии

№ 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

Кафедра «Издательское дело и книговедение»

УК-5. - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия					
Контролируемый результат обучения	Контролируемые темы (разделы) дисциплины	Экзамен			
		Критерии оценивания			
		2	3	4	5
знать: важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, и обосновывает их использование при социальном и профессиональном взаимодействии	1. Современное книгоиздательское дело. Издательские стратегии: их трактовки и концептуализация 2. Культура издания: методологические и методические основы. Типология изданий. Аппарат издания 3. Академическое 4. Новые издательские технологии, или «Креативное	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие знания важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития, и обосновывает их использование при социальном и	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знания важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития, и обосновывает их использование при социальном	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие знания важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития, и обосновывает их использование при социальном и	Обучающийся демонстрирует полное соответствие знания важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития, и обосновывает их использование при социальном и профессиональном

<p>уметь: выстраивать социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп.</p> <p>владеть: навыками создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание особенностей различных</p>	<p>редактирование»</p> <p>1. Современное книгоиздательское дело. Издательские стратегии: их трактовки и концептуализация 2. Культура издания: методологические и методические основы. Типология изданий. Аппарат издания 3. Академическое 4. Новые издательские технологии, или «Креативное редактирование»</p> <p>1. Современное книгоиздательское дело. Издательские стратегии: их трактовки и концептуализация 2. Культура издания: методологические и методические основы. Типология изданий. Аппарат издания</p>	<p>профессиональном взаимодействии</p> <p>Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет выстраивать социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп.</p> <p>Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач,</p>	<p>и профессиональном</p> <p>Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет проводить выстраивать социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп.</p> <p>Обучающийся владеет навыками создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание особенностей различных</p>	<p>профессиональном взаимодействии</p> <p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: выстраивать социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп.</p> <p>Обучающийся частично владеет навыками создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя</p>	<p>взаимодействии</p> <p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: выстраивать социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп.</p> <p>Обучающийся в полном объеме владеет методикой навыками создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание</p>
--	---	---	---	--	---

культур и наций	3. Академическое 4. Новые издательские технологии, или «Креативное редактирование»	демонстрируя понимание особенностей различных культур и наций	культур и наций в неполном объеме, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей. Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	понимание особенностей различных культур и наций. Навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	особенностей различных культур и наций, свободно применяет полученные навыки в ситуациях различной степени сложности.
ПК-1 Способен организовывать и координировать процесс создания медиапродукта любого уровня сложности в разных медиа					
Контролируемый результат обучения	Контролируемые темы (разделы) дисциплины	Экзамен			
		Критерии оценивания			
		2	3	4	5
знать: как организовать работу по подготовке и продвижению медиапродукта	1. Современное книгоиздательское дело. Принцип серийности в современной издательской практике. Издательские стратегии: их трактовки и концептуализация 2. Культура издания: методологические и методические основы. Типология изданий. Аппарат издания 3. Академическое книгоиздание: история, традиции и современное состояние эдиционной подготовки классического наследия.	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное знание: как организовать работу по подготовке и продвижению медиапродукта	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знание: как организовать работу по подготовке и продвижению медиапродукта Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний по ряду показателей.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие знание: как организовать работу по подготовке и продвижению медиапродукта	Обучающийся демонстрирует полное соответствие знание: как организовать работу по подготовке и продвижению медиапродукта

<p>уметь: обеспечить внедрение инновационных технологий в издательскую деятельность</p> <p>владеть: приемами и методами работы с персоналом, методами оценки результативности его труда.</p>	<p>Теоретические основы электронной архивации. Электронные библиотеки (история и современное состояние). Цифровые архивы культурного наследия.</p> <p>4. Новые издательские технологии, или «Креативное редактирование»</p> <p>5. Новые формы редактирования в электронной среде: коллаборативное; веб-редактирования</p> <p>6. Современные оформительские стратегии</p> <p>7. Новые социокультурные и сетевые механизмы продвижения книг</p>	<p>Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет обеспечить внедрение инновационных технологий в издательскую деятельность</p> <p>Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет приемами и методами работы с персоналом, методами оценки результативности его труда.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: обеспечить внедрение инновационных технологий в издательскую деятельность. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.</p> <p>Обучающийся владеет приемами и методами работы с персоналом, методами оценки результативности его труда, Допускаются значительные ошибки. Обучающийся</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: обеспечить внедрение инновационных технологий в издательскую деятельность. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.</p> <p>Обучающийся частично владеет приемами и методами работы с персоналом, методами оценки результативности его труда. Допускаются незначительны</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: обеспечить внедрение инновационных технологий в издательскую деятельность. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях разной степени сложности.</p> <p>Обучающийся в полном объеме владеет приемами и методами работы с персоналом, методами оценки результативности его труда, свободно применяет</p>
--	---	--	--	--	---

			испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	с ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	полученные навыки в ситуациях разной степени сложности.
--	--	--	---	--	---

Вопросы к зачету

по дисциплине _____ Издательские стратегии _____
(наименование дисциплины)

Вопросы для проверки уровня обученности ЗНАТЬ:

1. Основные трактовки понятия «стратегия» у теоретиков менеджмента. Концептуализация издательских стратегий.
2. Основные понятия: «издательский проект», «межиздательский проект», «кросс-медийный проект», «литературный проект», «авторский проект», «инновационный издательские проект».
3. Современная система российского книгоиздания: динамика выпуска (основные статистические показатели), издательская структура, репертуарная политика.
4. Переводная литература в системе современного книгоиздания: динамика выпуска, репертуарная политика издательств.
5. Инновационные практики комментирования в современных издательских проектах.
6. Общая характеристика издательских стратегий в сфере литературно-художественного книгоиздания.
7. Нонконформистские издательские стратегии (на примере *Ad Marginem* и пр.).
8. Основные типы и виды литературно-художественных изданий.
9. Академические издательские стратегии.
10. Собrania сочинений как вид издания (состав, композиция, требования к аппарату издания).
11. Современные оформительские стратегии.
12. Принцип серийности в современной издательской практике.
13. Креативное редактирование: новые издательские «технологии» озаглавливания книг.
14. Переводные издания в современной системе книгоиздания.
15. Культурно-значимые цифровые проекты литературных архивов и онлайн-изданий.
16. Виды комментариев, их классификация.
17. Виды вспомогательных указателей в изданиях различного вида.
18. Художественные особенности и стратегии редактирования художественной беллетристики (по выбору любой жанр: детектив, дамский роман и пр.).
19. Основные элементы аппарата литературно-художественного издания.
20. Институт литературных конкурсов/премий в России.

Вопросы для проверки уровня обученности **УМЕТЬ**:

1. Охарактеризовать принципы отбора материала и особенности редакционной подготовки (на примере антологии и альманаха).
2. Охарактеризовать аппарат издания как средство интерпретации литературного произведения (на примерах конкретных изданий).
3. Оценить влияние феномена фанфикшн на современную издательскую практику (проиллюстрировать на конкретных издательских проектах).
4. Охарактеризовать основные этапы работы редактора над литературно-художественным сборником.
5. Охарактеризовать особенности редакторской подготовки комментариев в литературно-художественных изданиях различного типа и вида.
6. Проанализировать академические проекты собраний сочинений в постсоветский период (по выбору).
7. Охарактеризовать внешние элементы книжного оформления (обложка/переплет, суперобложка) и оценить их роль в рекламе и продвижении книг.
8. Оценить современное состояние и перспективы развития российского рынка электронных изданий.
9. Проанализировать инновационные издательские проекты (на примере конкретных проектов).
10. Проанализировать инновационные издательские проекты (на примере информационно-развлекательных проектов периодических изданий).
11. Разработать концепцию инновационного издательского проекта (на примере издания для детей и юношества)
12. Охарактеризовать рекламно-маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа (на примере любого издательства)
13. Разработать концепцию инновационного издательского проекта (на примере литературно-художественного издания)
14. Охарактеризовать работу редактора над контентом периодического издания.
15. Разработать цифровые/онлайн-стратегии издательства
16. Оценить сегмент селф-паблишинга (на примере цифровых книг под брендом «Издательские решения», *Ridero*).
17. Охарактеризовать цифровые проекты академических собраний сочинений.
18. Разработать концепцию справочного издания
19. Проанализировать рекламно-маркетинговые стратегии издательств в социальных медиа.
20. Охарактеризовать типологическую характеристику изданий (на примере издательских проектов различного вида и типа).

Вопросы для проверки уровня обученности **ВЛАДЕТЬ**:

1. Методика составления и редактирования вспомогательных указателей в изданиях различного типа и вида.
2. Методика составления и редактирования комментариев (примечаний) в литературно-художественных изданиях различного типа и вида.
3. Методика веб-редактирования (структурно-композиционные требования к контенту, требования к заголовкам, языку и стилю, визуализация контента и пр.).
4. Методика создания цифровых книг на *Ridero* (российская электронная издательская платформа для независимых авторов).

5. Методика разработки концепции издательского проекта переводного издания.
6. Основные принципы озаглавливания нон-фикшн издания.
7. Методика создания цифровых книг на глобальных селф-публишинг платформах (*Lulu.com; Amazon Kindle Direct Publishing; Smashwords и др.*).
8. Основные приемы при разработке стратегии рекламно-маркетинговой кампании в социальных медиа.
9. Основные принципы отбора и критерии оценки рукописи в издательствах различного профиля.
10. Основные навыки разработки концепции аппарата инновационного издательского проекта.
11. Методика разработки концепции издательского проекта литературно-художественного сборника
12. Методика разработки концепции литературно-художественной серии.
13. Основные принципы и приемы ведения блогов в социальных сетях для продвижения издательств и издательских проектов.
14. Основные принципы составления аннотаций книг
15. Методика продвижения издательств (и издательских проектов) в социальных медиа.
16. Основные принципы написания внутрииздательских рецензий.
17. Методика разработки концепции электронного периодического издания.
18. Методика разработки концепции аппарата переводного издания.
19. Методические основы формирования концепции и общей модели издания.

Форма экзаменационного билета

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
 «МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
 (МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)
 Высшая школа печати и медиаиндустрии

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

Дисциплина _ Издательские стратегии _____
полное наименование дисциплины

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

Курс ДКидМ1 ___, группа _1_____, форма обучения ___очная_____

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № __.

1. Вопрос для проверки уровня обученности ЗНАТЬ: Основные понятия: «издательский проект», «межиздательский проект», «кросс-медийный проект», «литературный проект», «авторский проект».
2. Вопрос для проверки уровня обученности УМЕТЬ: Охарактеризовать внешние элементы книжного оформления (обложка/переплет, суперобложка) и оценить их роль в рекламе и продвижении книг.
3. Вопрос для проверки уровня обученности ВЛАДЕТЬ: Методика составления и редактирования вспомогательных указателей в изданиях различного вида и типа.

Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий/проектов

по дисциплине Издательские стратегии
(наименование дисциплины)

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

Индивидуальные творческие задания (проекты):

1. Разработка и обоснование концепции издания или издательского проекта (по выбору – литературно-художественного, переводного, учебного, информационно-рекламного и пр.).
2. Создать комментарий / примечания к фрагменту прозаического произведения или стихотворению.
3. Создать вспомогательный указатель или несколько указателей различного вида к фрагменту любого литературно-художественного произведения (можно также выбрать учебные или справочные издания, издания для детей).
4. Написание и редактирование статей для «Википедии» по издательскому делу и шире - книговедческой теме.
5. Веб-редактирование (на материале любого по жанру текста, опубликованного в печатном периодическом издании, отредактировать его определенным образом, «превратив» в веб-текст, т.е. создав электронный текст для тематического сайта или интернет-СМИ с гиперссылками и визуализацией).
6. Разработка концепции научно-справочного аппарата издания (по выбору: литературно-художественного, справочного, учебного и пр.).
7. Разработка и обоснование концепции продвижения издательского проекта или издательства в социальных медиа

Методические рекомендации по подготовке, требования к оформлению.

Материал излагается в свободной форме, представляется на листах формата А4, сопровождается электронной публикацией.