

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Мониторинг спроса и предложения издательской продукции

по направлению подготовки: 42.03.03 «Издательское дело»

по профилю «Медийные технологии»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: ИППФМ

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Инновационного предпринима-
тельства, права и финансового менеджмента»

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Мониторинг спроса и предложения издатель-
ской продукции»:

- а) формирование представлений о клиентской базе, сегментировании рынка издательской продукции, специфике спроса и предложения;
- б) формирование ассортимента предприятий распространения издательской продукции на основе изучения спроса и предложения;
- в) закрепить навыки анализа рынка и мониторинга спроса и предложения издательской продукции

2. Содержание дисциплины «Мониторинг спроса и предложения изда- тельской продукции»:

Изучение клиентской базы современного книгоиздания.

Маркетинговые исследования рынка издательской продукции.

Методы анализа клиентской базы.

Мониторинг спроса на издательскую продукцию. Методы мониторинга.

Изучение характера предложений на рынке издательской продукции.

Методы мониторинга предложений на рынке издательской продукции.

Особенности мониторинга электронных и иных мультимедийных изданий.

Анализ клиентской базы книжной продукции в России и за рубежом;

Проблемы и перспективы развития издательского дела в России и за рубе-
жом.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- а) методы сегментации клиентской базы на издательском рынке;
- б) основные подходы к анализу рынка
- в) способы формирования ассортимента издательской продукции на основе изучения спроса и предложения

Уметь:

- а) использовать данные источников профессиональной информации о кли-
ентской базе на издательском рынке;

- б) использовать на практике умения и навыки в организации мониторинга спроса и предложения на издательскую продукцию;
- в) выявлять общественную потребность в издательской продукции и оценивать покупательский спрос
- г) формировать ассортимент издательской продукции на основе изучения спроса и предложения

Владеть:

- а) навыками анализа спроса и предложения издательской продукции;
- б) методиками проведения мониторинга ассортимента предприятий распространения издательской продукции на основе изучения спроса и предложения;
- в) методиками сегментации и анализа клиентской базы.

Зав. кафедрой ИППФМ



Гарафиев И.З.