

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по довузовскому
и дополнительному
профессиональному образованию



С.Ю. Кустов

подпись


« 29 » 10 2021 г.

**ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
ПО СОВРЕМЕННОМУ ИЗДАТЕЛЬСКОМУ
ДЕЛУ**


(для поступления на направление подготовки магистратуры
42.04.03 – Издательское дело)

г. Краснодар
2021 г.

Программу составил доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой
издательского дела, стилистики и медиаиндустрии

 Г.А. Абрамова

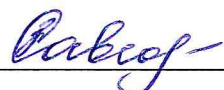
Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры издательского дела,
стилистики и медиаиндустрии
протокол № 1 от «26» августа 2021 г.

Зав. кафедрой  Г.А. Абрамова

Утверждена на заседании ученого совета факультета журналистики
протокол № 1 от «31» августа 2021 г.

Председатель ученого совета  В.В. Касьянов

Руководитель института
тестовых технологий
и дополнительного образования

 С.И. Завгородняя

**Программа вступительного испытания
по современному издательскому делу
для поступающих на направление подготовки магистратуры
42.04.03 – Издательское дело**

История редакционно-издательской деятельности

Преджурналистские формы Античности. Появление рукописных газет. Изобретение книгопечатания. Издательская деятельность И. Гутенберга. Появление первых американских газет («Общественные события», «Бостонский листок новостей»). Условия формирования первых европейских журналов. Специфика новой модели издания. Первые европейские научные журналы. Первые литературно-критические журналы. Издательская деятельность в период Французской революции. «Times» – лидер печати XIX века. Специфические особенности нового журнализма и «желтой прессы». Движение «разгребателей грязи» (У. Хёрст).

Истоки и предпосылки развития СМИ. Появление первых национальных газет. Появление частной периодики в России. Литературные журналы в России. Становление энциклопедизма. Идейные искания «эпохи сознания» («Отечественные записки» – лучший журнал России: от А.А. Краевского до А.И. Герцена, «Современник»). Печать и революционное движение. СМИ России в период Первой мировой войны. Печать в годы интервенции и Гражданской войны. СМИ в период коллективизации и индустриализации. Медиасистема современной России.

Издательское дело и редакционно-издательский процесс

Этапы построения редакционно-издательского процесса: цели, задачи и составляющие, начало и окончание этапов. Формирование подразделений издательства на основе разделения труда – редакционно-издательский отдел, отдел корректуры, отдел иллюстрирования, маркетинговый отдел и т.д.

Роль редактора в редакционно-издательском процессе, слагаемые его деятельности. Воздействие электронной техники и информационных технологий на изменение статуса и служебные обязанности редакционных работников. Задачи редактора на стадии технического редактирования, разработка рекомендаций по набору, верстке, печати.

Основные категории редакционно-издательских сотрудников и их должностные обязанности. Стандартизация в издательском деле. Государственные стандарты по издательскому делу (структура и особенности). Обзоры наиболее важных государственных и отраслевых стандартов. Российский и международный опыт.

Корректурa в редакционно-издательском процессе. Издательская и типографская корректуры, их исполнители и сущность. Сигнальный экземпляр как объект корректурного контроля редактора. Подготовка списка опечаток. Понятие издательского оригинала, общие требования к нему. Виды издательских оригиналов в зависимости от характера обработки. Производственный этап редакционно-издательского процесса. Допечатные процессы в полиграфическом производстве. Издательские текстовые оригиналы, основная задача их полиграфического исполнения. Современные компьютерные набор и верстка. Основные правила формирования строки, набора и верстки. Изобразительные оригиналы и их виды. Воспроизведение штриховых и тоновых оригиналов. Инновационные и перспективные виды полиграфических услуг в издательском деле. Основы работы современного предприятия оперативной полиграфии.

Редакторская подготовка печатных и электронных изданий. Стилистика медиатекста

Разработка концепций проектов традиционных и электронных изданий на основе использования российского и зарубежного опыта и культурных традиций. Моделирование издания. Принципы формирования изданий. Дополнительные материалы, реклама в изданиях. Отбор и оценка текста (контента) как продукта речемыслительной деятельности и как материала для восприятия отдельными читательскими группами в процессе издательского проектирования. Организация процесса подготовки издательских оригиналов.

Применение компьютера в работе над текстом, использование фактографических баз данных, электронных библиотек, интернет-технологий при редактировании фактического материала. Методологические принципы и общая методика редактирования: учет типологических признаков издания, соблюдение взаимосвязей и взаимообусловленности содержания и формы, ориентирование на технологию производства издания, опора на концепцию издания, соблюдение редакторской этики и условий исправления оригинала. Использование инновационных методик креативного редактирования, технологий веб-редактирования и дизайна. Оценка издательской культуры и качества редакционной подготовки контента печатных и электронных изданий, средств массовой информации и веб-сайтов. Работа над иллюстрированным материалом. Основные требования к оформлению таблиц, формул, иллюстраций.

Работа над содержанием публикаций СМИ: выбор темы публикации, подготовка к публикации материалов, отбор авторских материалов, редактирование материалов. Поиск и оценка информационных поводов.

Определение круга проблем, которые необходимо осветить в свежем выпуске газеты (журнала, передачи), расстановка смысловых акцентов. Формулирование заданий авторам по самостоятельному выбору тем и поиску информации для публикаций, а также по подготовке материалов в соответствии с заранее разработанной темой. Рекомендации по составлению сценариев сюжетов, разрабатываемых тележурналистами, редактирование сценариев. Особенности работы над журналистской публикацией, ее содержательная и структурно-композиционная специфика. Подходы к жанровой дифференциации публицистического текста. Основные публицистические жанры, их стилистические особенности. Основные источники информации. Принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами, использование интернет-ресурсов).

Профессиональная журналистская и издательская этика. Трудовые отношения в редакционном коллективе. Отрицательное последствие их нарушений. Взаимодействие и сотрудничество редакций, издательств и организаций полиграфической отрасли.

Правила и нормы современного русского литературного языка. Особенности развития языка современных СМИ. Стилистика текста. Информационная политика СМИ. Конвергентность. Сочетание различных форматов материалов в составе одного и того же СМИ. Редакторский анализ. Определение сильных и слабых сторон предоставленных авторами материалов, характера дополнительной информации. Работа с текстами для Интернет-СМИ. Особенности определения ключевых слов текста, необходимых для проведения поисковой оптимизации; употребление их в составе заголовков.

Дизайн в современном издательском деле: история, тенденции и перспективы. Композиционно-графическая концепция периодического издания как основа его планирования. Механизмы формирования персонального имиджа издания.

Средства массовой информации и российский рынок распространения издательской продукции

Структура современной медиасистемы. Медиаэкономика в современном обществе. Информационный рынок. СМИ как рынок товаров и услуг. Закономерности его формирования и развития. Аспекты и структуры рынка. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса. Отношения учредителя, владельца, издателя, распространителя и редакции. Проблемы собственности, владение информационным предприятием и его названием.

Основы редакционно-издательского маркетинга. Содержание теории маркетинга, объективные причины возникновения, инструментарий маркетинга. Рынок периодических изданий: сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши. Конкуренция и конкурентные ситуации на рынке СМИ.

Методы маркетинга, его редакционная служба. Изучение рынка периодических изданий. Исследования рынка покупателей. Финансовая политика редакции. Финансовая база издания. Уставной фонд редакции. Основные и оборотные средства. Бюджет редакции периодического издания (расходная и доходная части бюджета). Цена. Политика ценообразования на продукцию СМИ. Тиражная политика редакции. Реклама в периодическом издании. Рекламная политика издания.

Основы редакционного менеджмента. Экономические принципы редакционной деятельности. Производственный и финансовый менеджмент. Служба редакционного менеджмента. Менеджмент и редакция: величина и состав. Кадровая политика. Организационные принципы редакционной деятельности. Экономические методы управления коллективом. Деятельность по изучению и формированию спроса, анализу конкурентной среды, расширению клиентской базы издательского предприятия. Оптимизация использования каналов продвижения и распространения традиционного и электронного контента и издательской продукции.

Разработка и координация рекламной политики издательского предприятия. Планирование инновационных мероприятий по продвижению и распространению издательской продукции. Технология продвижения журнальной продукции. Роль фирменного стиля в формировании бренда печатной продукции. Текущее и перспективное планирование, организация и контроль работы, принятие управленческих решений в издательской деятельности. Разработка бизнес-планов, обоснование технологических и экономических параметров издательских проектов и процессов.

Управление инновациями в издательском деле, внедрение системы качества издательского предприятия. Использование информационных систем и технологий в управлении издательской деятельностью. Процессы планирования издательского проекта. Опыт реализации издательских проектов в России и за рубежом. Процессный и проектный принципы организации издательского бизнеса.

Актуальные проблемы и перспективы развития медиаиндустрии

Современная издательская система России. СМИ в системе издательского дела. Сегментирование издательской продукции и СМИ (по типу производимого продукта, по типу основной бизнес-модели, по типу контента и т.д.). Новое понимание «контента», «производителей», «каналов распространения», «потребителей». Многократное использование контента в условиях формирования мультиплаформенной среды.

Интернет как источник инновационных технологий в издательском деле. Трансформация коммуникативной природы аудитории СМИ в условиях мультимедийной среды. Медиазапросы «цифрового» поколения. Социальные медиа в формировании репутационного капитала издательств и редакций.

Социальные и технологические проблемы издательского дела в России. Анализ одной из современных издательских проблем (по выбору). Сильные и слабые позиции печатных медиа в условиях развития Интернет-технологий. Современное издательское дело: проблемы и перспективы. Новые информационные технологии и их роль в развитии современного издательского дела.

Основная литература

1. Антонова С.Г. Редакторская подготовка изданий. – М., 2002. - URL: <http://textarchive.ru/c-1740220.html>
2. Клещев О.И. Технологии полиграфии: учебное пособие. - Екатеринбург: Архитектон, 2015. - 108 с.: схем., ил. - Библиогр.: - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455450>.
3. Мильчин А.Э., Чельцова Л. Справочник издателя и автора: редакционно-издательское оформление издания. 5-е издание, исправленное и дополненное. – М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева. – 2018.
4. Основы медиабизнеса [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов. - М. : Аспект Пресс, 2014. - URL: https://e.lanbook.com/book/68801#book_name.

Дополнительная литература

1. Абрамова Г.А., Хлопунова О. В. Типология издательской продукции [Текст]: практикум / Г. А. Абрамова, О. В. Хлопунова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. - Краснодар: [Кубанский государственный университет], 2018.
2. Колесниченко А.В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. В. Колесниченко. — М.: Издательство Юрайт, 2018. –URL: <https://biblio-online.ru/viewer/70540EE3-8E4F-4C71-AFDE-6E711F47BFC2/tehnika-i-tehnologiya-smi-podgotovka-tekstov#page/1>
3. Коханова Л.А. Интернет-журналистика: учебник / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. - М.: Юнити-Дана, 2015. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712>.
4. Никитенко А.А. Основы медиажурналистики: учебное пособие / А.А. Никитенко. - Новосибирск: НГТУ, 2012. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228794>.