

Санкт-Петербургское государственное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
«Колледж автоматизации производственных процессов
и прикладных информационных систем»

Рассмотрена и принята
на заседании Педагогического совета
Протокол №9 от 14.06.2024

УТВЕРЖДЕНА
Приказом директора
СПб ГБПОУ «Колледж автоматизации
производства»
от 17.06 2024 №580

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
профессионального модуля
ПМ.01 «ОРГАНИЗАЦИЯ РЕДАКЦИОННО-ИЗДАТЕЛЬСКОГО ПРОЦЕССА»

Для специальности 42.02.02 «Издательское дело»

Квалификация специалиста	специалист издательского дела
Форма обучения	очная
Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ	среднее общее образование
Срок получения по ППССЗ	СПО 1 год 10 месяцев
Год начала подготовки	2024

Санкт-Петербург, 2024

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности 42.02.02 «Издательское дело», утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 21 июля 2023 г. № 552.

Организация-разработчик: Санкт-Петербургское государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Колледж автоматизации производственных процессов и прикладных информационных систем»

Программу составила: Козлова К.Е., преподаватель Санкт-Петербургского государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения «Колледж автоматизации производственных процессов и прикладных информационных систем».

Программа рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии, протокол № 7 от 19.05.2024.

Заведующий отделом СОП

А.Ф. Жмайло

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ.01 Организация редакционно-издательского процесса»

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности Организация редакционно-издательского процесса и соответствующие ему общие компетенции, и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 6	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 7	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 8	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
ОК 9	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 01.01	Организация редакционно-издательского процесса
ПК 1.1.	Осуществлять редакционно-издательский процесс (вычитку, корректуру и редактирование) при помощи современных технологий.
ПК 1.2.	Проводить анализ целевой аудитории и изучать спрос на разрабатываемую издательскую продукцию.
ПК 1.3.	Осуществлять редакционно-издательский процесс с учетом вида и жанра текста, вида издания.
ПК 1.4.	Применять актуальные нормы и правила современного русского языка в процессе редактирования.
ПК 1.5	Оформлять издательскую продукцию в едином смысловом и композиционном стиле.
ПК 1.6	Осуществлять работу над авторской рукописью с применением компьютерных технологий.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> – определять целевую аудиторию и целевые группы, – проводить сегментирование и анализ целевой аудитории, – анализировать спрос на изготавливаемую продукцию, – использовать современные технологии редакционно-издательского процесса; – определять вид литературы, жанры произведений, виды изданий; – выявлять сильные и слабые стороны авторских рукописей, характер информации, которой их нужно дополнить; исправлять недочеты; – использовать стандарты издательского дела; – оформлять издательскую продукцию в едином смысловом и композиционном стиле;
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – анализировать целевую аудиторию потребителей для позиционирования; – изучать спрос на издательскую продукцию; – осуществлять правку текста; – вычитывать элементы основного текста и аппарата издания; – выбирать методы и приемы логического построения текста; – применять компьютерные программы для обработки текста; – осуществлять вычитку различных видов литературы, жанров произведений, видов изданий; – оформлять издание в едином смысловом и композиционном стиле.

Знать	<ul style="list-style-type: none"> – виды литературы, жанры произведений, виды изданий; – основные характеристики целевой аудитории для позиционирования, – понятие спроса и факторов, влияющих на него; – признаки сегментации потребителей; – понятие целевой аудитории и способы ее определения и анализа; – корректурные знаки, языковые нормы; – правила оформления элементов всех видов текста и аппарата издания; – правила, методику и приемы редакторского анализа и правки; – компьютерные программы для обработки текста; – особенности вычитки различных видов литературы;
-------	--

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

№	Вид учебной работы	Объем часов
1.	Всего часов, отводимое на освоение профессионального модуля	202
2.	Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем (обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося)	144
в том числе:		
	➤ теоретическое обучение	62
	➤ практические занятия	82
	➤ в форме практической подготовки	82
	➤ курсовое проектирование	-
	➤ учебная практика	36
	➤ производственная практика	-
3.	Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся	10
4.	Промежуточная аттестация в форме экзаменов	12

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Общий объем нагрузок и, акад. час	Объем профессионального модуля, акад. час						Самостоятельная работа
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем						
			всего, часов	в том числе					
				в форме практической подготовки	лабораторные и практические занятия	курсовая работа, проект	учебная практика		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1 – ПК.1.6 ОК 1 – ОК 9	МДК 01.01 Издательский маркетинг	52	48	28	28		36	-	4
ПК 1 – ПК.1.6 ОК 1 – ОК 9	МДК 01.02 Редакторский анализ текста при подготовке его к изданию	102	96	54	54				6
ПК 1 – ПК.1.6 ОК 1 – ОК 9	Учебная практика	36	36	36	-				-
	Промежуточная аттестация	12	12	12					
	Всего:	202	192	130	82		36	-	10

2.2 Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ.01)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов всего	В т.ч. практических занятий	В т.ч. в форме практической подготовки
МДК.01.01. Издательский маркетинг		52	28	28
Тема 1.1 Сегментирование потребителей и определение целевой аудитории	1.1.1 Сегментирование как способ структурирования рынка для решения задачи выбора целевой аудитории.	2		
	1.1.2. Методология составления анкеты	2		
	1.1.3. Типология вопросов в онлайн исследованиях.	2		
	1.1.4. Спрос. Величина спроса. Эластичность	2		
	Практическое занятие 1. Построение графика спроса и анализ его изменений	2	2	2
	Практическое занятие 2. Сегментирование потребителей. Выбор целевой аудитории	2	2	2
	Практическое занятие 3. Определение характеристик целевой аудитории компании. Проведение опроса	2	2	2
	Практическое занятие 4. Построение карты эмпатии	2	2	2
	Практическое занятие 5. Проведение исследования целевой аудитории методом АЮ	2	2	2
	Практическое занятие 6. Проведение исследования целевой аудитории методом VALS	2	2	2
Тема 1.2. Позиционирование	1.2.1. Рынок потребителей книжной продукции. Потенциальная аудитория читателей	2		
	1.2.2. Прямые продажи. Оптовая и розничная торговля. Маркетинг в сети.	2		

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов всего	В т.ч. практических занятий	В т.ч. в форме практической подготовки
	1.2.3. Бриф: виды, способы заполнения.	2		
	1.2.4. Понятие УТП и оффера	2		
	1.2.5. Понятие, типы и ошибки позиционирования. Процесс позиционирования	2		
	Практическое занятие 7: Определение факторов, влияющих на аудиторию	2	2	2
	Практическое занятие 8: Создание брифа	2	2	2
	Практическое занятие 9: Разработка УТП и оффера	2	2	2
	Практическое занятие 10: Описание текущей позиции товара / предприятия.	2	2	2
	Практическое занятие 11: Определение ключевых атрибутов товара компании, конкурентов, рынка.	2	2	2
	Практическое занятие 12: Нахождение точек дифференциации.	2	2	2
	Практическое занятие 13: Построение конкурентной карты (восприятия), оценка вариантов.	2	2	2
	Практическое занятие 14: Создание стратегии позиционирования на основе характеристик целевой аудитории	2	2	2
	Зачет по темам 1.1-1.2	2		
	Внеаудиторная самостоятельная работа	4		
	МДК 01.02 Редакторский анализ текста при подготовке его к изданию			
Тема 1.1	1.1.1 ...	2		

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов всего	В т.ч. практических занятий	В т.ч. в форме практической подготовки
Внеаудиторная самостоятельная работа		6		
Промежуточная аттестация по МДК.01.01 и 01.02		6		
Учебная практика		36		
Промежуточная аттестация по ПМ.01		6		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинеты «Гуманитарных и социально-экономических дисциплин», «Информационные технологии в профессиональной деятельности» оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности 42.02.02 «Издательское дело»

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.5 образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я / Ф. Котлер. — 10-е изд. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 211 с. 6. Ломова О.С. Деловое общение специалиста по рекламе [Текст]: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2022. – 238 с.
2. Борисова Е. Г. Стилистика и литературное редактирование : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Е. Г. Борисова, Е. Ю. Геймбух. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 275 с.
3. Валгина Н.С. Теория текста: Учебное пособие. – М.: ЛОГОС, 2023. – 280 с.
4. Голуб И.Б. Литературное редактирование: учебное пособие / И.Б. Голуб. – М.: Издательство ЛОГОС, 2022. – 432 с.
5. Зуева Т.А., Иванова Е.Н. Практикум по литературному редактированию: учебное пособие / Т.А. Зуева, Е.Н. Иванова; ФГБОУ ВПО «УрГПУ» – Екатеринбург, 2022. – 150 с.
6. Корректурa. Курс лекций / авт.-сост. Ю.В. Маркова. — СПб. : Издательство СПбУУиЭ, 2021. — 184 с.
7. Литературное редактирование. Методические и практические материалы к курсу / Сост. Шеховцова Т. А. – Харьков : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2021. – 76 с.
8. Мильчин А.Э. Методика редактирования текста. Изд. 3-е, перераб. и доп. – М.: Издательство ЛОГОС, 2021. – 524 с.
9. Накорякова К. М. Литературное редактирование. — М.: Издательство ИКАР, 2021. – 432 с.

10. Редакторская подготовка изданий: Учебник / Антонова С.Г., Васильев В.И., Жарков И.А., Коланькова О.В., Ленский Б.В., Рябинина Н.З., Соловьев В.И.; Под общ. ред. Антоновой С.Г., д.ф.н. М.: Издательство МГУП, 2022. – 468 с.

3.2.2. Основные электронные издания

1. Антонова С. Г. Редакторская подготовка изданий: учеб. для вузов [Электронный ресурс] / С. Г. Антонова, В. И. Васильев, И. А. Жарков и др.; под ред. С. Г. Антоновой. — М.: МГУП, 2022. — URL: <http://www.hi-edu.ru/ebooks/xbook082/01/about.htm>
2. Жарков И. А. Технология редакционно-издательского дела: Конспект лекций. [Электронный ресурс] / И. А. Жарков. — М.: Изд-во МГУП, 22 — URL: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook077/01/>
3. Жарков И. А. Чтение как средство редакторского анализа [Электронный ресурс] // Вестник МГУП. — 2022. — №4. — С. 40-43. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/chtenie-kak-sredstvo-redaktorskogo-analiza>
4. Мильчин А. Э. Методика и техника редактирования текста [Электронный ресурс] / А. Э. Мильчин. — М.: «Книга», 1972. — URL: <http://genling.ru/books/item/f00/s00/z0000026/>
5. Розенталь Д.Э. Былинский, К.И. Литературное редактирование: учеб. пособие [Электронный ресурс] / К.И. Былинский, Д. Э. Розенталь. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: ФЛИНТА : Наука, 2021. — 400 с. URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=454842>
6. Сбитнева, А. А. Литературное редактирование: история, теория, практика: учеб. пособие [Электронный ресурс] / А. А. Сбитнева. — М. : Флинта : Наука, 2022. — 208 с. URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=409737>

3.2.1. Дополнительные печатные издания

1. Божук С. Маркетинговые исследования [Текст]: Учебник. – М.: Юрайт, 2022. - 280 с.
2. Мурахтанова Н.М., Еремина Е.И. Маркетинг: сборник практических задач и ситуаций [Текст]: учебное пособие для сред.проф. образования. – 7-еизд., стер. – М: Издательский центр «Академия», 2022.
3. Перцовский Н.И. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов. – М.: Дашков и К, 2019. - 140 с.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки

<p>ПК 1.1 Осуществлять редакционно-издательский процесс (вычитку, корректуру и редактирование) при помощи современных технологий.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – правильный выбор методики корректуры и вида редакторской правки; – правильность и точность применения приемов редакторского анализа; 	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена.</p>
<p>ПК 1.2 Проводить анализ целевой аудитории и изучать спрос на разрабатываемую издательскую продукцию.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – выполнение работ по исследованию и сегментированию рынка, – выполнение работ по выявлению требований целевых групп потребителей, – выполнение работ по исследованию предпочтений целевых групп потребителей, – анализ результатов исследований предпочтений целевых групп, – точность и адекватность определения основных характеристик целевой аудитории и спроса на издательскую продукцию; 	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена.</p>
<p>ПК 1.3 Осуществлять редакционно-издательский процесс с учетом вида и жанра текста, вида издания.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – правильное определение вида литературы, жанра произведений, вида изданий; 	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена.</p>
<p>ПК 1.4 Применять актуальные нормы и правила современного русского языка в процессе редактирования.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – адекватная оценка качества авторских рукописей; 	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена.</p>

<p>ПК 1.5 Оформлять издательскую продукцию в едином смысловом и композиционном стиле.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – правильный выбор и использование стандартов издательского дела; – грамотное оформление издательской продукции в едином смысловом и композиционном стиле; 	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена.</p>
<p>ПК 1.6 Осуществлять работу над авторской рукописью с применением компьютерных технологий.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – правильное выявление сильных и слабых сторон авторских рукописей, характера информации, которой их нужно дополнить; – грамотное исправление недочетов авторских рукописей; – правильный выбор способа для работы с авторской рукописью. 	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена.</p>
<p>ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p>	<ul style="list-style-type: none"> – выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области маркетингового обеспечения реализации рекламного продукта, – оценка эффективности и качества выполняемых задач, 	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.</p>
<p>ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> – решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области маркетингового обеспечения реализации рекламного продукта, 	<p>Мониторинг и рейтинг выполнения работ на учебной и производственной практике, самостоятельных работ.</p>
<p>ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p>	<ul style="list-style-type: none"> – решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области маркетинга, 	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена.</p>

<p>ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках</p>	<p>– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области маркетинга.</p>	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения: – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена.</p>
--	---	---