

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Филологический факультет

УТВЕРЖДЕНО:

Декан

И. В. Тубалова

Оценочные материалы по дисциплине

Технология редакционно-издательского процесса

по направлению подготовки

42.03.03 Издательское дело

Направленность (профиль) подготовки:

Книгоиздательское дело

Форма обучения

Очная

Квалификация

Бакалавр

Год приема

2025

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

И. А. Айзикова

Председатель УМК

Ю. А. Тихомирова

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-1. Способен осуществлять отбор авторских материалов для публикации в изданиях разных видов.

ПК-2. Способен к редактированию текстов разных видов, жанров, стилей.

ПК-4. Способен к организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИПК-1.1. Определяет приоритетные для публикации темы, жанры, стили в зависимости от целевого назначения и читательского адреса.

ИПК-2.3. Редактирует структуру и содержание текстов разных видов, жанров, стилей для наиболее полного раскрытия авторского замысла; приведения текста в соответствие с требованиями СМИ / издательства; согласует внесенные поправки с авторами.

ИПК-4.2. В целях организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ определяет целевую аудиторию потребителей, отбирает информацию о ситуации на рынке, использует технологии маркетинговых исследований.

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Элементы текущего контроля:

— практические задания (5).

2.1. Задание № 1. Характеристика редакционно-издательского процесса (ИПК-1.1)

Опираясь на материалы лекций, а также на собственные наблюдения во время практики, охарактеризуйте редакционно-издательский процесс (РИП) издательства поэтапно. Отрадите особенности структуры этапов в зависимости от организационно-правовой формы издательства, профиля выпускаемой продукции и его целевой аудитории.

Оцените сильные и слабые стороны данного процесса с точки зрения эффективности и качества выпускаемой продукции.

Форма оценивания: БРС, максимальный балл — 10.

Критерии оценивания: полнота характеристик (4 б.), корректность терминологии (4 б.), аргументированность оценки (2 б.).

2.2. Задание № 2. Ментальная карта по РИП (ИПК-1.1)

Зарегистрируйтесь на сервисе Mindomo (или ином аналогичном сервисе) и создайте ментальную карту по технологии редакционно-издательского процесса. Отрадите в карте все этапы цикла, виды работ внутри каждого этапа, взаимосвязи между ними и возможные пересечения. Пронумеруйте последовательность операций, выделите цветом или графическими элементами ключевые блоки.

Добавьте в карту два альтернативных варианта прохождения отдельных этапов (например, для научного издания и для художественного), чтобы показать вариативность РИП.

Форма оценивания: БРС, максимальный балл — 10.

Критерии оценивания: полнота структуры (4 б.), точность последовательности (4 б.), аккуратность и наглядность визуального представления (2 б.).

2.3. Задание № 3. Составление требований к приему авторского оригинала (ИПК-1.1, ИПК-2.3)

Рассмотрите ГОСТ 7.89–2005 «Оригиналы текстовые авторские и издательские. Общие требования». Определите положения, утратившие актуальность в условиях

цифрового общества, обоснуйте свой ответ. Укажите недостающие сведения, которые были бы значимы для современного издательства.

Сравните требования к авторским и издательским оригиналам. Выделите общие обязательные элементы и различающиеся требования, объясните причины этих различий.

Проанализируйте одно из найденных требований по критериям полноты, ясности и наглядности. Составьте конкретные предложения по улучшению данного документа, включая варианты формулировок.

На основе проведенного анализа разработайте проект документа «Требования к приему авторских оригиналов» для своего учебного издательского проекта, учитывая современные технологии и стандарты качества.

По возможности сравните результат с требованиями какого-либо издательства к авторским оригиналам.

Форма оценивания: БРС, максимальный балл — 10.

Критерии оценивания: корректность выделения актуальных и устаревших положений (4 б.), сопоставимость требований разных оригиналов (2 б.), практическая применимость разработанных требований (4 б.).

2.4. Задание № 4. Разработка бизнес-плана издательского проекта (ИПК-1.1, ИПК-4.2)

Найдите пример готового бизнес-плана издания и проведите структурный анализ: какие разделы включены, насколько полно отражены ключевые параметры (рынок, целевая аудитория, финансовый расчет, риски).

Дополните свои наблюдения выводами, опираясь на учебное пособие Г. Д. Прилепской «Бизнес-план издания», выявив совпадения и расхождения с примером.

Разработайте черновое содержание бизнес-плана проектируемого издания, включив в него не только обязательные элементы, но и дополнительные разделы (например, анализ конкурентов, сценарий продвижения, варианты цифровых форматов).

Составьте краткую аннотацию проекта, объясняющую его актуальность и конкурентные преимущества.

Форма оценивания: БРС, максимальный балл — 20.

Критерии оценивания: точность анализа примера (6 б.), обоснованность структуры бизнес-плана (10 б.), ясность аннотации (4 б.).

2.5. Задание № 5. Продвижение издания (ИПК-4.2)

Разработайте серию из двух рекламных постов в социальных сетях для издания, которое вы проектируете. Один пост должен быть направлен на информирование и привлечение внимания потенциальной аудитории (например, анонс выхода, описание ключевых особенностей издания). Второй пост должен стимулировать вовлеченность и реакцию (например, интерактивный опрос, конкурс, цитата из текста). Используйте приемы визуальной подачи, адаптируйте текст под специфику выбранной социальной сети, учитывайте целевую аудиторию вашего издания.

Форма оценивания: БРС, максимальный балл — 10.

Критерии оценивания: соответствие целевой аудитории (4 б.), ясность и выразительность подачи (4 б.), уместность визуальных решений (2 б.).

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Экзамен в шестом семестре проводится путем защиты учебного издательского проекта в составе команд и индивидуальных ответов на вопросы в рамках избранной роли, при этом учитываются результаты текущего контроля по балльно-рейтинговой системе. Таким образом, работа на лекционных и практических занятиях (посещение,

выполнения заданий, написания проверочных работ) оценивается до 60 баллов в сумме; защита издательского проекта — до 40 баллов в сумме.

Задание итогового контроля направлено на комплексную проверку сформированности ИПК-1.1, ИПК-2.3, ИПК-4.2 в результате оценки результатов учебного издательского проекта.

Проект сопровождается обязательной документацией, которая предоставляется преподавателю не менее чем за 3 дня до экзамена в виде электронного файла (папки), в котором содержатся:

- 1) презентация с описанием идеи и концепции издания,
- 2) бизнес-план,
- 3) календарный план (может входить в состав бизнес-плана),
- 4) рецензия на авторскую рукопись,
- 5) редзаклучение на авторскую рукопись,
- 6) модель издательского договора (скан),
- 7) редактura авторской рукописи (скан),
- 8) корректура авторской рукописи (скан),
- 9) оригинал-макет издания.

При полной и корректной комплектации за документацию проекта выставляется 15 баллов. При полной, но имеющей отдельные нарушения, недоработки — 10 баллов. При неполной — 5 баллов.

Выступление с презентацией проекта, предполагающей общее описание концепции издания, плановых и фактических показателей, рефлексию о проделанной работе каждого члена проектной команды, оценивается до 10 баллов в зависимости от полноты раскрытия замысла и ответов на вопросы.

Печатный экземпляр издания либо его оригинал-макет (при обосновании отсутствия печатного экземпляра) оцениваются до 15 баллов в зависимости от качества оформления. За каждую обнаруженную ошибку верстки / полиграфического исполнения снимается 1 балл.

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Полученные за экзамен баллы суммируются с баллами по результатам текущего контроля.

Оценка «отлично» выставляется, если студент набрал 91–100 баллов.

Оценка «хорошо» выставляется, если студент набрал 76–90 баллов.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент набрал 61–75 баллов.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент набрал 0–60 баллов.

4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

4.1. Проверочная работа (ИПК-1.1, ИПК-2.3, ИПК-4.2)

1. К компонентам структуры всякой профессиональной деятельности относятся субъекты, объекты, средства, методы и результаты деятельности. Назовите, чем является каждый компонент в рамках издательской деятельности.

2. Дайте определение редакционно-издательскому процессу. В чем заключается главная цель данного процесса? Какова в нем роль редактора?

3. Зачем издателю проводить маркетинговые исследования? Назовите и охарактеризуйте виды маркетинговых исследований

4. Изобразите и охарактеризуйте схему движения объекта редакционно-издательского процесса, оперируя понятием издательского портфеля.

5. Что представляет собой редакторское заключение? Какова его структура? Какое значение оно имеет для РИП? В чем его отличие от рецензии?

6. Укажите основные свойства текста:

- а) информативность,

- б) фиксация на материальном носителе,
- в) наличие контекста,
- г) целостность,
- д) связность,
- е) машинописная форма,
- ж) наличие темы,
- з) литературная обработанность.

7. В чем заключается работа редактора над текстом? Какие уровни можно выделить в тексте?

8. Какое место занимает верстка в процессе разработки художественно-технического оформления издания?

9. Перечислите и охарактеризуйте основные требования к верстке.

10. Что такое условный печатный лист и как он вычисляется? Что такое учетно-издательский лист? Как он вычисляется и для чего он нужен?

11. Назовите основные элементы внешнего и внутреннего оформления книги.

12. Каким образом обложка издания может способствовать его продвижению?

Ключи:

1. Субъекты — автор, издатель и другие участники РИП; объекты — авторский оригинал и сопутствующие материалы, средства — основные и оборотные средства, методы — редакторский анализ, проектирование, методы маркетинга, менеджмента и т.д.; результат — готовое издание.
2. Редакционно-издательский процесс — комплекс взаимосвязанных организационно-управленческих, творческих, производственных и маркетинговых работ, направленных на подготовку и распространение изданий. Цель редакционно-издательского процесса — создать, выпустить, включить в информационно-коммуникативный оборот книгу и довести ее до целевой аудитории. Редактор (в широком смысле) — координатор всего процесса.
3. Маркетинговые исследования необходимы издателю для изучения спроса, определения целевой аудитории и оценки конкурентной среды. Различают количественные исследования (сбор статистических данных) и качественные исследования (изучение мотивации и восприятия аудитории), а также в целом исследования различных объектов издательского рынка.
4. Движение объекта РИП: авторский оригинал → редакторская обработка → корректура → издательский оригинал → художественно-техническое оформление → печать/цифровой выпуск → распространение. Издательский портфель отражает запас литературного материала, находящегося в работе, и позволяет контролировать его прохождение по стадиям.
5. Редакторское заключение — внутренний документ издательства с оценкой содержания, структуры и стиля рукописи и рекомендациями по доработке. Его структура: характеристика материала, рекомендации, вывод. Значение — принятие решения о публикации.
6. Основные свойства текста: а) информативность, б) фиксация на материальном носителе, г) целостность, д) связность, з) литературная обработанность.
7. Работа редактора — подготовка текста к публикации через анализ, правку и улучшение. Уровни текста: содержательный, композиционный, стилистический, языковой (лингвистический).

8. Верстка — завершающий этап художественно-технического оформления, обеспечивающий правильное расположение текстовых и графических материалов, композицию полос, визуальную целостность и готовность макета к воспроизведению.
9. Требования к верстке: гигиенические, стилистические, композиционные.
10. Условный печатный лист — это единица измерения объема издания, представляющая собой одну сторону печатного листа размером 60×90 см, и используемая для унификации и сравнения объемов публикаций разного формата. Для пересчета объема в условные печатные листы фактическое количество страниц издания делится на долю листа используемого формата и умножается на переводной коэффициент. Учетно-издательский лист — единица объема издания, высчитываемая так же, как и авторский лист. Представляет собой совокупность текстовых и графических материалов, в том числе технических элементов, добавленных к авторскому оригиналу в процессе его редакционно-издательской обработки.
11. Внешнее оформление: обложка, суперобложка, форзацы. Внутреннее оформление: авантитул, контртитул, титульный лист, оглавление, колонтитулы, иллюстрации, сноски и т. п.
12. Обложка выполняет рекламно-информационную функцию: привлекает внимание, отражает содержание и позиционирует издание на рынке, способствуя его продвижению.

4.2. Кейс № 1 (ИПК-1.1)

Представьте, что вы готовите выпуск тематического журнала о современном искусстве. Вам предложен список потенциальных тем и форматов: интервью с художниками, аналитические статьи о трендах, обзоры выставок, художественные эссе, инструкции по технике рисунка, инфографика.

Выберите три темы/формата, которые, по вашему мнению, должны быть опубликованы в следующем номере журнала, и обоснуйте свой выбор. Объясните, почему выбранные темы и формы будут интересны целевой аудитории, как они соотносятся с жанром и стилем журнала и какие цели публикации они помогут достичь (информирование, вовлечение, развлечение).

Принцип построения правильного ответа:

- четкое определение целевой аудитории (возраст, интересы, уровень подготовки);
- обоснование выбора темы и жанра/стиля для аудитории и формата журнала;
- пояснение, какие цели публикации выполняет выбранный материал и как он соотносится с общим направлением издания;
- логическая аргументация, демонстрирующая понимание различий между жанрами и стилями и их влияния на восприятие читателя;
- важен общий вектор мысли, а не только вымышленные примеры.

4.3. Кейс № 2 (ИПК-2.3)

Перед вами структура статьи для студенческого журнала «Кампус» на тему «Участие студентов в творческих конкурсах».

1. Заголовок: «Студенты и их увлечения»

2. Введение: «Студенты любят заниматься разными видами творчества. Кто-то поет, кто-то рисует. Для студентов проводятся разные мероприятия».

3. Основная часть:

- «Некоторые студенты участвуют в конкурсах, это интересно».

- «В университетах проводятся мероприятия, где можно показать себя».
- «Иногда студенты побеждают и получают призы».

4. Заключение: «Творчество важно для студентов, и конкурсы тоже полезны».

Задание: найдите слабые места в заголовке, введении, основной части и заключении. Предложите изменения в структуре, которые:

- 1) делают статью более связной и логичной;
- 2) раскрывают тему «участие студентов в творческих конкурсах» более полно и с акцентом на значимость таких мероприятий;
- 3) соответствуют жанру аналитико-публицистической статьи в студенческом журнале.

Принцип построения правильного ответа:

1. Заголовок должен быть конкретным и отражать суть темы (например: «Зачем участвовать в творческих конкурсах?»).
2. Введение должно не только обозначать факт существования творчества, но и задавать проблематику (почему конкурсы важны для студентов, что они дают для самореализации).
3. Основная часть должна быть логически структурирована:
4. Возможности, которые дают конкурсы (самовыражение, опыт, портфолио).
5. Трудности участия (конкуренция, подготовка, совмещение с учебой).
6. Успешные примеры и польза для дальнейшей карьеры.
7. Заключение должно содержать выводы о значении участия студентов в конкурсах и, возможно, рекомендации (например, активнее использовать возможности, предоставляемые университетом).

Ответ демонстрирует умение редактировать структуру, улучшать логику изложения и соответствовать ожиданиям читательской аудитории.

4.4. Кейс № 3 (ИПК-4.2)

Вы готовите выпуск студенческого периодического издания, посвященного культурной жизни Томска. В номере планируется раздел о современных форматах досуга для студентов (концерты, креативные пространства, арт-мероприятия, фестивали).

1. Определите целевую аудиторию раздела: возраст, интересы, привычки потребления информации.
2. Сформулируйте три гипотезы о том, какие культурные события Томска наиболее востребованы среди студентов.
3. Предложите три простых метода проверки этих гипотез (например, опрос в соцсетях, анализ расписания мероприятий креативных пространств, изучение афиш культурных центров).
4. Придумайте три маркетинговых действия для продвижения выпуска журнала в Томске, учитывая специфику студенческой аудитории (например, распространение через телеграм-каналы, сотрудничество с организаторами фестивалей, интерактивные акции).

Примерный ответ:

1. Целевая аудитория: студенты 18–24 лет, интересующиеся музыкой, искусством, локальными событиями, активно использующие соцсети и мессенджеры для получения информации.
2. Гипотезы: популярны локальные музыкальные фестивали, выставки современного искусства, открытые поэтические вечера.
3. Методы проверки: быстрые опросы в студенческих пабликах, анализ статистики посещаемости мероприятий, наблюдение за афишами и отзывами в городских телеграм-каналах.

4. Маркетинговые действия: партнерство с организаторами студенческих и городских событий, розыгрыш билетов среди подписчиков, публикация интерактивных постов (опросы, челленджи).

Информация о разработчиках

Смольянинов Артём Витальевич, канд. филол. наук, доцент кафедры общего литературоведения, издательского дела и редактирования.