**Правительство Российской Федерации**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования
"Национальный исследовательский университет
"Высшая школа экономики"**

Факультет коммуникаций, медиа и дизайна,

Департамент медиа

**Программа дисциплины**

«Цифровое книгоиздание»

(Дисциплина по выбору)

для направления «Журналиситка», «Медиакоммуникации» подготовки магистра

для магистерских программ «Мультимедийная журналистика»,

«Медиапроизводство в креативных индустриях».

Автор программы:

Архангельский А.Н. , к.ф.н., профессор департамента медиа

Гаврилов А. Ф., директор «Института книги»,

Харитонов В., исполнительный директор Ассоциации интернет-издателей.

Одобрена на заседании Департамента медиа «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20 г

Зав. кафедрой

Рекомендована Академическим Советом программы «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20 г

Председатель

Утверждена УС факультета «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20 г.

Ученый секретарь

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Москва, 2015

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.*

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и студентов направления подготовки «Журналистика» и «Медиакоммуникации», обучающихся по магистерской программе «Мультимедийная журналистика» и «Медиапроизводство в креативных индустриях»изучающих дисциплину «Цифровое книгоиздение».

Программа разработана в соответствии с:

* Образовательными стандартами НИУ ВШЭ;
* Образовательной программой «Мультимедийная журналистика» и «Медиакоммуникации».
* Рабочими учебнымы планами университета, утвержденным в 2015 г.

# Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Цифровое книгоиздание» являются:

* Знакомство с теорией и практикой цифрового книгоиздания;
* Обучения основным навыкам, необходимым для реализации издательского процесса в цифровой среде;
* Обучение созданию мультимедийных продуктов, способствующих продвижению цифровой книги.
* Изучение принципов продвижения цифровой книги на современном медиарынке.

# Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

* *Знать*

Историю и современные тренды развития книжного бизнеса в цифровую эпоху;

Жанры и методы работы с текстом на различных платформах;

Принципы продвижения продукции и способы монетизации проектов.

* *Уметь*

Работать с текстами различных жанров;

Создавать мультимедийный контент для книжного бизнеса;

Разрабатывать маркетинговые стратегии для цифровых книг.

* *Иметь навыки (приобрести опыт)*

Производства цифровой книги;

Разработки концепции продвижения цифровых книг;

Создания буктрейлеров для продвижения книг.

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

* Способен к самостоятельному освоению новых методов исследования, изменению научного и научно-производственного профиля своей деятельности;
* Способен строить профессиональную деятельность, бизнес и делать выбор, руководствуясь принципами социальной ответственности и общественного интереса, а также общественно-ориентированной миссией профессий, связанных с медиакоммуникацией;
* Способен порождать принципиально новые идеи и продукты, обладает креативностью, инициативностью;
* Способен создавать, описывать и ответственно контролировать выполнение технологических требований и нормативов в профессиональной деятельности;
* Способен воспринимать тексты медиа с точки зрения их перформативности, семантики и смысла и идентификации возможных манипуляций в различных их формах;
* Способен создавать компьютерные презентации с использованием иллюстративных средств и визуализации для представления результатов научной, проектно-аналитической, аналитической, экспертно-консультационной деятельности, а также для визуализации преподавательской деятельности;
* Cпособен прогнозировать предпочтения медиааудитории и развитие рынка;
* Способен организовать продажу рекламных возможностей различных медианосителей;
* Способен создавать в сотрудничестве с дизайнерами инфографические изображения;
* Способен проектировать информационные и программные продукты, вырабатывать их концепции, используя знания в области архитектуры, алгоритмов и принципов их создания, а также знания и навыки в области творческой разработки медиапродуктов

Формы обучения: Лекции. Деловые игры, прогностические дискуссии. Рассмотрение кейсов на семинарах.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Для специализаций «Журналистика» и «Медиакоммуникации» настоящая дисциплина является дисциплиной по выбору.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

* «История и теория медиа», «Экономика медиа», «Универсальная журналистика» (для обучающихся по направленияю «Журналистика») и «Аудиовизуальное продюсирование» (для обучающихся по направлению «Медиакоммуникации»

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

* «Универсальная журналистика» (2 года обучения) (для направления «Журналистика»), «Мультимедийное продюсирование» (для направления «Медиакоммуникации»).

# Тематический план учебной дисциплины

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Название раздела | Всего часов  | Аудиторные часы | Самостоя­тельная работа |
| Лекции | Семинары | Практические занятия |
| 1 | Теория и история цифрового книгоиздания |  | 6 | 2 |  | 10 |
| 2 | Практика создания цифровой книги |  | 4 | 14 |  | 30 |
| 3 | Продвижение цифровой книги |  | 6 | 12 |  | 30 |

# Формы контроля знаний студентов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Тип контроля | Форма контроля | 1 год | Параметры \*\* |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Текущий(неделя) | Контрольная работа |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Эссе |  |  | \* |  | 3-4 тыс. знаков |
| Реферат |  |  |  |  |  |
| Коллоквиум |  |  |  |  |  |
| Домашнее задание |  |  |  |  |  |
| Промежу­точный | Зачет |  |  |  |  |  |
| Экзамен |  |  |  |  |  |
| Итоговый | Экзамен |  |  | \* |  | Презентация проекта с теоретическим обоснованием |

ТЕОРИЯ - эссе, до 4 тыс.знаков, что контролируется - знание основных этапов становления цифрового книгоиздания, отличие принципов организации процесса от традиционных. 2 учебных часа (пара). ПРАКТИКА - тест в компьютерной программе, устанавливающий степень освоения практических навыков форматирования цифровой книги. ПРОДВИЖЕНИЕ - домашнее задание, письменная работа 2 600 знаков (проект продвижения конкретной книги), время на выполнение - неделя.

## Критерии оценки знаний, навыков

Оценки по всем формам текущего контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

## Порядок формирования оценок по дисциплине

## *Орезульт = 0,2·Опосещение* + *0,4*·*Оэссе + 0,4экзамен*

# Содержание дисциплины

1. **Раздел.Теория и история цифрового книгоиздания:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название темы | Всего часов  | Аудиторные часы | Самостоя­тельная работа |
| Лекции | Семинары | Практические занятия |
| История вопроса. Теоретические и технологические основы. |  | 2 |  |  | 2 |
| Цифровое книгоиздание и проблемы информационной активности. Цифровая книга в сетевой среде. |  |  2 |  |  | 4 |
| Цифровая книга и визуализация. Цифровая книга и мультимедийность. Цифовая книга и новые форматы: буктрейлер. |  |  2 | 2 |  | 4 |

**Литература к разделу:**

1. *Маклюэн М.* Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего / Перевод И.О. Тюриной. – М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2005.
2. *Шмидт Э.*,*КоэнДж.*.Новыйцифровоймир. С англ. М.: Манн, Иванов и Фарбер, 2013.
3. *Петропавловская Ю****.***Интеграциякнигоиздания в системумассмедиа: опытзарубежных и отечественныхиздательскихструктур // Медиаскоп [научный журнал ф. журналистики МГУ им. Ломоносова]. <http://www.mediascope.ru/node/1511>.
4. *WischenbartR.*TheGlobaleBook(видеозапись лекции в НИУ ВШЭ).<http://www.hse.ru/en/video/106364411.html>
5. *Уокли Дж.* Цифровое книгоиздание: британские уроки // <http://www.slideshare.net/evgeniyam/george-walkly>.

Теория: Лекции. Деловые игры, прогностические дискуссии.

Рассмотрение кейсов на семинарах.

1. **Раздел.Практика создания цифровой книги**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название темы | Всего часов  | Аудиторные часы | Самостоя­тельная работа |
| Лекции | Семинары | Практические занятия |
| Проектирование цифровой книги. |  | 2 | 2 |  | 5 |
| Форматы цифровой книги. Опыт работы во всех актуальных форматах. |  |  2 | 2 |  | 5 |
| Производство и выпуск книги. |  |  | 10 |  | 20 |

**Литература к разделу:**

1. Digital publishing in developing countries // <http://alliance-lab.org/etude/?lang=en>.
2. Цифровое издательство: как это? // St.Аррlеr: Цифровое издательство iОS и Аndrоid // <http://www.stappler.org>.
3. Ресурс «Ридеро. Ру» // <https://ridero.ru/about.html>
4. **Раздел. Продвижение цифровой книги**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название темы | Всего часов  | Аудиторные часы | Самостоя­тельная работа |
| Лекции | Семинары | Практические занятия |
| Сетевое продвижение. Платформы. Концепты. Выход на площадки продаж (Amazon.com, bookstore,Литрес). |  | 2 | 2 |  | 5 |
| Продвижение книги в сетевых библиотеках. Особенности информационной политики (Bookmate).  |  | 2 | 2 |  | 5 |
| Освоение сопровождающих форматов (создание буктрейлера). |  | 2 | 8 |  | 20 |

**Литература к разделу:**

1. *Wischenbart R., Carrenho C. Kovac M., Licher V., Mallya V.* The Global eBook Report.2013. <https://bookmate.com/books/yXCNqTSn> (бесплатныйдоступ).
2. Российский книжный союз: мониторинг московского книжного рынка. 2013. **http://dsmir.mos.ru/upload/iblock/33f/monitoring\_2013\_1.pdf**
3. *Франклин Д.* Британский рынок цифрового книгоиздания [видеозапись лекции; модератор В. Харитонов]// <http://www.people.su/youtube_video-ehlektronnoe-knigoizdanie-vzglyad-redaktora>.
4. Как создать буктрейлер // http://[www.slideshare.net/tatyanautkina3/vasiljeva1](http://www.slideshare.net/tatyanautkina3/vasiljeva1)
5. *Щербинина Ю*. СМОТРЕТЬ НЕЛЬЗЯ ЧИТАТЬ. Буктрейлерство как издательская стратегия в современной России // Вопросы литературы. 2012. № 3. <http://magazines.russ.ru/voplit/2012/3/s8.html>.
6. *Данлоп С.*: «*Bookmate* – клуб для “однокнижников”». – URL: <http://www.pro-books.ru/sitearticles/13478>. (Simon Dunlop: “Bookmate – klubdlya “odnoknizhnikov”. – URL: <http://www.pro-books.ru/sitearticles/13478>).

# Образовательные технологии

Разбор практических задач и кейсов. Компьютерные симуляции. Встречи и мастер-классы теоретиков (Л. Оборин и др.) и практиков (главный редактор ресурса «Bookmate», совладельцы ресурса «Ridero»).

# Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

**Примерные вопросы для эссе (теория).**

1. История возникновения цифровой книги. Примеры индивидуальных стратегий периода становления (С. Кинг и др.).

2. Появление индустрии самопрезентации автора в цифровую эпоху, преврашение эксперимента в бизнес (Amazon, кейс А. Хокинг).

3. Переход от индивидуальных решений к индустриальным. Особенности и методы продвижения книг в цифровой среде.

4. Место цифрового книгоиздания в системе коммуникаций.

5.Цифровая книга и система оптических медиа: проблемы визуализации.

6. Цифровая книга как конвергентное явление.

7. Основные форматы цифровых книг. Проблема конвертации.

8. Электронное книгоиздание: статистика и перспективы.

9. Продвижение традиционной книги и продвижение цифровой книги: технологии. Место в медиаконтексте.

10. Цифровая книга и национальная специфика культуры. Рынки Европы, США, России: обзоры, тенденции, прогнозы.

11. Сетевые библиотеки как конвергентные редакции/издательства/магазины.

12. Электронный учебник: цифровизация и образовательные технологии. Формирование поколения цифровых читателей.

13. Самопрезентация и смена авторских стратегий в эпоху цифрового книгоздания. Мультимедиезация культуры.

14. Продвижение чтения и цифровизация. Глобализация и национальная культура: Проекты «Толстой в один клик», «Анна Каренина: Мировое чтение».

15. Технологии индивидуального выхода в магазины электронных продаж.

16. Буктрейлер как видеожанр и как рекламный носитель.

**Домашнее задание. (Практика.)** Разработать проект продвижения интерактивной книги, с использованием освоенных технологий и инновационных решений. Представить план-проспект.

# Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

## Базовый учебник

*Шмидт Э.*,*Коэн Дж.* Новый цифровой мир. С англ. М.: Манн, Иванов и Фарбер, 2013.

## Основная литература:

1. *Маклюэн М.* Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего / Перевод И.О. Тюриной. – М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2005.
2. *Петропавловская Ю****.***Интеграциякнигоиздания в системумассмедиа: опытзарубежных и отечественныхиздательскихструктур // Медиаскоп [научный журнал ф. журналистики МГУ им. Ломоносова]. <http://www.mediascope.ru/node/1511>.
3. *Уокли Дж.* Цифровое книгоиздание: британские уроки // <http://www.slideshare.net/evgeniyam/george-walkly>
4. *Щербинина Ю*. СМОТРЕТЬ НЕЛЬЗЯ ЧИТАТЬ. Буктрейлерство как издательская

стратегия в современной России // Вопросы литературы. 2012. № 3. <http://magazines.russ.ru/voplit/2012/3/s8.html>.

1. *Wischenbart R., Carrenho C. Kovac M., Licher V., Mallya V.* The Global eBook Report.201. <https://bookmate.com/books/yXCNqTSn> (бесплатныйдоступ).
2. *WischenbartR.*TheGlobaleBook(видеозапись лекции в НИУ ВШЭ).<http://www.hse.ru/en/video/106364411.html>

## Дополнительная литератур:

1. *Wischenbart R., Carrenho C. (Brazil), Celaya J. (Spain), Kovac M. (Central and East Europe), Mallya V. (India).* Global eBook 2015 A report on market trends and developments Additional research by Julia Coufal and Jennifer Krenn.<http://www.wischenbart.com/page-4>(платныйдоступ).
2. ПрезентациямагистерскойпрограммыЛейденскогоуниверситета, Нидерланды, “BookandDigitalMediaStudies»] // <https://studiegids.leidenuniv.nl/studies/show/3615/media-studies-book-and-digital-media-studies>

## Справочники, словари, энциклопедии

Акопов А.И. Общий курс издательского дела: учебное пособие для студентов журналистов. Воронеж, 2004.

Щербинина Ю.В. Книга – текст – коммуникация. Словарь-справочник новейших терминов и понятий. М.: Форум: ИНФРА-М, 2015.

## Программные средства

Для успешного освоения дисциплины, студент использует следующие программные средства:

* Adobe Digital Publishing System (DPS) – коммерческая версия