

В. И. Куликович

Белорусский государственный технологический университет

ШИШКИНА Н. И. РЕКЛАМА И ПРОДВИЖЕНИЕ КНИЖНЫХ ИЗДАНИЙ

Эффективность книгоиздательской деятельности напрямую зависит от комплекса мероприятий по изучению потенциальных потребителей и запросов рынка, а также четко выстроенной системы продвижения книжной продукции. Без знания законов современной рекламной индустрии, новейших способов продвижения продуктов интеллектуального труда (книги) не может плодотворно существовать на рынке ни одно издательство, стремящееся быть лидером в своем тематическом направлении.

Продвижение и реклама книги являются одним из значимых средств стимулирования сбыта книжной продукции, а сложность издательского рынка требует проведения существенных рекламных кампаний и разнообразных рекламных мероприятий, что способствует тем самым росту прибыли организаций, в конечном счете – ее развитию.

Именно рассмотрению инновационных методов и способов рекламы и продвижения книжной продукции, вопросов междисциплинарных связей с учетом специфики, как самой дисциплины «Реклама и продвижение книжных изданий», так и уровня восприятия материала студентами при выполнении индивидуальных и групповых практических заданий, посвящена учебная книга с грифом Министерства образования Республики Беларусь, подготовленная ведущим доцентом кафедры редакционно-издательских технологий БГТУ Шишкойной Н. И.

Учебное пособие состоит из трех взаимосвязанных разделов, соответствующих программе дисциплины. В первом разделе раскрываются методики маркетинговых исследований и анализа конъюнктуры книжного рынка, принципы сегментирования книгоиздательского рынка (критерии, методы сегментации, способы воздействия на потребительский сегмент), способы организации рекламных кампаний для книг различных жанров и тематики, составления эффективных рекламных текстов для размещения в различных СМИ и интернет, а также технологии проведения рекламных мероприятий с целью максимальной реализации издательской продукции, разработки их плана и анализа эффективности.

Второй раздел состоит из продуманной, методологически обоснованной системы заданий для организации практических занятий и само-

стоятельной работы студентов. Разного уровня тестовые и практикоориентированные задачи позволяют развивать различный характер познавательной деятельности студентов в области рекламных исследований.

Несомненно, что подобные систематизированные тексты будут способствовать более глубокому и прочному усвоению студентами теоретического материала, развитию у них профессиональных компетенций в области издательско-полиграфического комплекса, самостоятельность, научат логически мыслить, устанавливать необходимые междисциплинарные связи.

Материал раздела упростит текущий контроль знаний на практических занятиях.

В третьем разделе представлены сведения для организации курсового проектирования по дисциплине: тематика курсовых работ, алгоритмы их выполнения и защиты. Цель курсовой работы – изучение и анализ разнообразных рекламных мероприятий в сфере издательско-полиграфической и другой отраслевой деятельности, оценка их эффективности, а также совершенствование и разработка отдельных элементов рекламной кампании издающей организации.

Выполнение курсовой работы является одним из основных видов самостоятельной работы студентов и направлено на закрепление, углубление и обобщение знаний по изучаемой дисциплине, развитие профессиональной подготовки, овладение методами научных исследований, формирование навыков решения творческих задач в ходе научного исследования, проектирования по определенной теме. Курсовая работа может послужить основой для будущего дипломного проекта студента.

Комплексное учебное пособие создано на кафедре редакционно-издательских технологий впервые в рамках обновленного учебного плана подготовки будущих редакторов-технологов – специалистов издательско-полиграфического комплекса Республики Беларусь. Книга станет незаменимым помощником не только студентам, но и сотрудникам издательств, послужит формированию практических навыков и умений по организации эффективной рекламной деятельности, направленной на продвижение издательской продукции.

*В. И. Куликович
заведующий кафедрой редакционно-издательских
технологий БГТУ кандидат филологических наук,
доцент*