

УДК 655:[005+338.1](470+571)(075.8)
ББК 65.497.6(2Рос)-21я73-1+65.497.6(2Рос)-32я73-1
Э77

А в т о р ы:
Н.Д. Эриашвили, В.К. Старостенко

Эриашвили, Нодари Дарчоевич.
Э77 Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Издательское дело и редактирование», «Книгораспространение», «Менеджмент» / Н.Д. Эриашвили, В.К. Старостенко. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 303 с.

ISBN 978-5-238-01485-2

Агентство СІР РГБ

Успешное развитие книгоиздательского предприятия предполагает эффективный менеджмент и маркетинг, позволяющие выпускать высококачественную продукцию, пользующуюся спросом у читательской аудитории. На основе личного многолетнего опыта книгоиздательской деятельности автор рассматривает актуальные проблемы, условия и факторы успешного книгоиздания, такие, как разработка бизнес-плана издания книги, оценка эффективности производства книг и учебников на основе их жизненного цикла, маркетинговые исследования книжного рынка, продвижение книжной продукции, правовое регулирование закупки и реализации книжной продукции, информационно-рекламное обеспечение книгоиздательского бизнеса.

Для студентов вузов, работников книжных издательств, а также сферы книгораспространения.

ББК 65.497.6(2Рос)-21я73-1+65.497.6(2Рос)-32я73-1

ISBN 978-5-238-01485-2

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 1998, 2001, 2005, 2009

Принадлежит исключительное право на использование и распространение издания. Воспроизведение всей книги или любой ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в Интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства.

© Оформление «ЮНИТИ-ДАНА», 2009

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Книгоиздание и книжный рынок России	6
1.1. Из истории книгоиздания в России	6
1.2. Книжный рынок России: общая характеристика	13
1.3. Тенденции развития книжного рынка	21
Глава 2. Издательский процесс: особенности менеджмента	31
2.1. Основные понятия в системе издательского менеджмента	31
2.2. Функциональное содержание издательского менеджмента	38
2.3. Организационные процессы в системе издательского менеджмента	45
2.4. Редакционный аспект как основа эффективного менеджмента	50
2.5. Бизнес-план издания книги	64
2.6. Оценка эффективности производства книг и учебников по их жизненным циклам	87
2.7. Оценка рисков книгоиздания	98
2.7.1. Социально-экономическая природа возникновения издательских рисков и их классификация	98
2.7.2. Методические основы анализа оценки риска	113
2.7.3. Причинно-следственный анализ риска и направления его снижения в издательской сфере	126
Глава 3. Издательский маркетинг. Правовое регулирование книжной торговли	138
3.1. Система маркетинга	138
3.2. Конъюнктура книжного рынка: спрос, предложение, конкуренция	147
3.3. Маркетинговые исследования книжного рынка	157
3.3.1. Объекты маркетинговых исследований	157
3.3.2. Методы и этапы маркетинговых исследований	167
3.4. Ценовая политика издательства	181
3.4.1. Особенности механизма ценообразования в книгоиздательском бизнесе России	182
3.4.2. Цена и модели рынка	188
	301

3.4.3. Факторы, влияющие на уровень цен. Виды и процесс ценообразования	199
3.4.4. Методы ценообразования и особенности расчета цен на книжную продукцию	216
3.5. Продвижение книжной продукции. Информационно-рекламное обеспечение книгоиздательского бизнеса	221
3.6. Правовое регулирование закупки и реализации книжной продукции	238
3.7. Тенденции развития партнерства в российском книжном бизнесе	255
3.8. Зарубежный опыт: состояние книгоиздания и книготорговли в США	263
3.8.1. Особенности и тенденции издательской деятельности	263
3.8.2. Издательства и ассоциации в книжном бизнесе США	269
Библиографический список	300