

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Інститут журналістики  
Кафедра видавничої справи

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи  
*О.В. Жильцов*  
« 05 » 2019 року



**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**ПРАКТИКУМ «ПІДПРИЄМНИЦТВО У ВИДАВНИЧІЙ**  
**СПРАВІ»**

для студентів

Напряму підготовки 6.030303 Видавнича справа та редагування  
Освітнього рівня першого (бакалаврського)



Київ-2019



## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	Обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	4 / 120	
Курс	4	
Семестр	8	
Кількість змістових модулів з розподілом	4	
Обсяг кредитів	4	
Обсяг годин, в тому числі:	120	
Аудиторні	56	
Модульний контроль	8	
Семестровий контроль		
Самостійна робота	56	
Форма семестрового контролю	залік	

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета** навчальної дисципліни «Підприємництво у видавничій справі» — опанування студентами знань і набуття навичок щодо основних засад створення та функціонування підприємства у сфері видавничого бізнесу: заснування, менеджменту, маркетингу тощо.

### **Завдання дисципліни передбачають:**

розвивати *фахові* компетентності:

- можливість передбачити тенденції та перспективи розвитку ринку видавничої продукції;
- здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність;
- здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

## 3. Результати навчання за дисципліною

### **Програмні результати навчання:**

- демонструвати спроможність комплексно розв'язувати проблему;
- демонструвати спроможність ефективно працювати в команді;
- демонструвати розуміння основного алгоритму менеджерської діяльності (планування, організація, мотивація, контроль).

## **Діяльність (робота) студентів у Центрах компетентностей**

### **РОБОТА У ЦЕНТРІ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

#### **Тема 7. Корпоративна ідентичність видавництва**

1. Ознайомитися із сайтами кількох українських видавництв.
2. Запропонувати варіанти поліпшення (використовуючи метод мозкового штурму).

#### **Тема 8. Просування видавництва**

1. Ознайомитися з інтернет-інструментами, за допомогою яких можна відслідковувати найпоширеніші запити із тієї чи іншої теми.
2. Дібрати пошукові запити для визначеної викладачем теми і написати на основі них коротке інформаційне повідомлення.

## 4. Структура навчальної дисципліни

### Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					Самостійна
		Аудиторна:					
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторна	Модульні	
<b>Змістовий модуль 1. Структура видавничого процесу</b>							
Тема 1. Мета й завдання курсу. Видавнича справа як різновид підприємницької діяльності	10	2		4			4
Тема 2. Планування у видавництві	8			4			4
Тема 3. Основні видавничі процеси	10			4			6
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	30	2		12		2	14
<b>Змістовий модуль 2. Економіка видавничої діяльності</b>							
Тема 4. Маркетинг у видавництві	12	2		6			4
Тема 5. Цінова політика	8			4			4
Тема 6. Продажі	8			4			4
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	30	2		14		2	12
<b>Змістовий модуль 3. Бренд видавництва</b>							
Тема 7. Корпоративна ідентичність видавництва	10			4			6
Тема 8. Просування видавництва	10			6			4
Тема 9. Аутсорсинг	8			4			4
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	30			14		2	14
<b>Змістовий модуль 4. Юридичні аспекти видавничої діяльності</b>							
Тема 10. Договори у видавничій справі	12			6			6
Тема 11. Законодавча база видавничого бізнесу	16			6			10
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	30			12		2	16
Підготовка та проведення контрольних заходів							
<i>Усього</i>	120	4		52		8	56

## **5. Програма навчальної дисципліни**

### **Змістовий модуль 1. Структура видавничого процесу**

#### **Тема 1. Мета й завдання курсу. Видавнича справа як різновид підприємницької діяльності**

Завдання курсу «Підприємництво у видавничій справі». Очікування студентів від курсу. Виявлення залишкових знань. Видавнича справа як різновид підприємницької діяльності.

#### **Тема 2. Планування у видавництві**

Видавничий портфель. Тематичне планування. План редакційної підготовки. Графік виробництва. Перспективний план.

#### **Тема 3. Основні видавничі процеси**

Робота з автором. Підготовка рукопису до друку. Поліграфічні процеси. Логістика. Системи розповсюдження друкованої продукції.

### **Змістовий модуль 2. Економіка видавничої діяльності**

#### **Тема 4. Маркетинг у видавництві**

SWOT-аналіз. Маркетингове прогнозування. Сегментування видавничого ринку. Класична структура маркетингового плану. Засоби впливу на цільові сегменти ринку.

#### **Тема 5. Цінова політика**

Цінова політика видавництва. Структура собівартості видавничої продукції. Складання кошторису на видавничу продукцію.

#### **Тема 6. Продажі**

Продажі: оптові, роздрібні, прямі, продаж електронних книг. Паспорт книги. Клієнтська база.

### **Змістовий модуль 3. Бренд видавництва**

#### **Тема 7. Корпоративна ідентичність видавництва**

Корпоративна ідентичність видавництва. Стиль. Ребрендинг. Корпоративний сайт: наповнення, структура, підтримка.

#### **Тема 8. Просування видавництва**

Інтернет-просування: розсилки, SMM, буктрейлери, блогери. ЗМІ Партнерські проекти. Реклама у книгах. Фірмовий сайт. Виставки. Як вибрати місце? Як оформити стенд? Як завоювати увагу? Підсумовування результатів. Зарубіжні виставки.

#### **Тема 9. Аутсорсинг**

Робота з персоналом. Юристи. Бухгалтерія. Логістика. Сайт та SEO-

програмування. Call center. Адміністративно-господарське обслуговування.

## **Змістовий модуль 4. Юридичні аспекти видавничої діяльності**

### **Тема 10. Договори у видавничій справі**

Типові договори та контракти. Контракти з авторами і друкарнею. Посадові інструкції. Закордонні права.

### **Тема 11. Законодавча база видавничого бізнесу**

Конституція України. Господарський та Цивільний кодекси. Закони України «Про видавничу справу», «Про державну підтримку книговидавничої справи», «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про рекламу», «Про обов'язковий примірник документів», «Про авторське право та суміжні права» та ін. Видавничі стандарти.

## 6. Контроль навчальних досягнень

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1				
Відвідування семінарських занять									
Відвідування на практичному занятті									
Робота на семінарському занятті									
Робота на практичному занятті	10	6	60	7	70	7	70	6	60
Лабораторна робота (в тому числі виконання, захист)									
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5	1	5	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ									
<i>Разом</i>	<b>382</b>		<b>91</b>		<b>101</b>		<b>100</b>		<b>90</b>
Максимальна кількість балів	<b>382</b>								
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $382:100=3,82$ Студент набрав: 335 балів Оцінка: $344:3,82 = 90$ балів								

### 6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Протягом вивчення навчальної дисципліни студенти повинні виконати самостійну роботу з кожного модуля.

#### *Змістовий модуль 1*

Описати найкращу структуру видавництва на початковому етапі існування ваш погляд.

#### *Змістовий модуль 2*

Порахувати собівартість потенційного видавничого проекту (можна на прикладі бакалаврської роботи).

#### *Змістовий модуль 3*

Написати тематичний план із 10 пунктів для наповнення сайту видавництва (це можуть бути огляди, відгуки читачів, анонси про новинки тощо).

#### *Змістовий модуль 4*

Зробити огляд одного із нормативно-правових актів. Результати представити у формі інфографіки (можна створити від руки або за допомогою комп'ютерних програм).



### **6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання**

Студенти виконують модульні контрольні роботи самостійно в електронному вигляді і прикріплюють до електронного курсу або здають у роздрукованому вигляді. Модульні роботи у формі тестів — в електронному курсі.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем робочій програмі. *Форми* модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають вирішення творчих завдань, ситуативних задач, самостійне створення документів, комп'ютерне тестування тощо.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни у першому семестрі – 4.

#### **Модульна контрольна робота № 1**

Студенти виконують модульну контрольну роботу у форматі завдання, що передбачає вирішення творчих завдань чи ситуативних задач.

Наприклад, створити план редакційної підготовки, графік виробництва та перспективний план з урахуванням заданих параметрів.

#### **Модульна контрольна робота № 2**

Модульна контрольна робота № 2 проводиться у формі тестування (тести будуть доступні на електронному курсі у визначений викладачем час). Тести стосуються видавничого маркетингу.

#### **Модульна контрольна робота № 3**

Студенти виконують модульну контрольну роботу у форматі завдання, що передбачає вирішення творчих завдань чи ситуативних задач.

Наприклад, проаналізувати сайт видавництва та запропонувати необхідні зміни; запропонувати концепцію зустрічі під час тематичної виставки тощо.

#### **Модульна контрольна робота № 4**

Модульна контрольна робота №4 проводиться у формі тестування (тести будуть доступні на електронному курсі у визначений викладачем час). Тести стосуються законодавчої бази у видавничій сфері.

#### *Критерії оцінювання:*

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння наводити приклади, ілюструвати теоретичні положення практичними прикладами;
- 5) уміння поєднати теорію з практикою при аналізуванні та створенні конкретних ситуацій, розв'язанні завдань;
- 6) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмовій роботі, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;

7) повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання; творчий підхід й ініціативність у виконанні завдання.

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань оцінюється максимально у 25 балів.

#### **6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання**

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Контроль знань студентів проводиться у формі заліку.

#### **6.5. Шкала відповідності оцінок**

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

## 9. Рекомендовані джерела

### Основні:

1. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. / В. І Теремко. — К. : Академвидав, 2009. — 136 с.
2. Тимошик М. С. Видавничий бізнес. Погляд журналіста, видавця, вченого / Микола Тимошик. — Київ : Наша культура і наука, 2005. — 327 с.
3. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. — К. : Наша культура і наука, 2005. — С. 201-362.
4. Шпак В. І. Видавничий бізнес в умовах української державності [Текст] : монографія / Шпак Віктор Іванович. — Київ : Експрес-об'ява, 2015. — 391с.
5. Шпак В. І. Видавничий бізнес. Теорія і практика / Віктор Іванович Шпак. — К. : ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2010. — 384 с.

### Додаткові:

6. 10 правил книжкового маркетингу від Дани Павличко // Barabooka. Простір української дитячої книги. — Електронні дані. — Режим доступу : <http://www.barabooka.com.ua/10-pravil-knizhkovogo-marketingu-vid-dani-pavlichko/>. — Назва з екрана.
7. Абетка соціальних комунікацій : довідник / укл. Г. В. Горбенко ; за наук. ред. Л. Г. Масімової. — К. : Жнець, 2014. — 152 с
8. БараБука. 25 років українського дитліту: знакові твори, імена, книжки / БараБука [Електронний ресурс] // Barabooka. Простір української дитячої книги. — Електронні дані. — Режим доступу : <http://www.barabooka.com.ua/25-rokiv-ukrayins-kogo-ditlitu-znakovi-tvori-imena-knizhki/> (дата звернення 15.09.2018). — Назва з екрана.
9. Батуревич І. Хіти вже видані. Що робити? Інтерв'ю з Юлією Орловою / Ірина Батуревич // Читомо. — 23.01.2019 — Режим доступу : <http://www.chytomo.com/khity-vzhe-vydani-shcho-robyty-interv-iu-z-iulieiu-orlovoiu/>.
10. Верба Т. М. Издательский бизнес изнутри. От рукописи к бестселлеру: пошаговое руководство по подготовке книги к печати, производству и продвижению. Профессиональные советы от издательства деловой литературы «Баланс Бизнес Букс». — Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2015. — 208 с.
11. Єжижанська Тетяна Сергіївна. Бренд видавництва як продукт комунікації / Т. С. Єжижанська // Наукові записки. — Українська академія друкарства, 2017. — № 1 (54). — С. 238-248.
12. Єжижанська Тетяна Сергіївна. Роль PR-комунікації для стратегічного розвитку видавництва / Т. С. Єжижанська // Соціальні комунікації: теорія і практика. — 2017. — № 5. С. 87-91.
13. Женченко М. І. Цифрові трансформації видавничої галузі : монографія / за наук. ред. В. Різуна. — Київ : Жнець, 2018. — 436 с
14. Котвіцька К. Книжкові маркетингові стратегії: український досвід / Катерина Котвіцька // Читомо. — 05.07.2016. — Режим доступу : <http://archive.chytomo.com/news/knizhkovyi-marketingovi-strategiiv/>

[ukrainiskij-dosvid.](#)

15. Лазановський П. П., Данилик О. Р., Волощак М. В. Чинники впливу на сучасний вітчизняний видавничий бізнес / П. П. Лазановський, О. Р. Данилик, М. В. Волощак // Науковий вісник НЛТУ України. Серія економічна. — 2017. — Вип. 27. — № 2. — С. 65-67.
16. Мельник Ю. М., Драчук О. В. Аналіз комплексу маркетингу книговидавничої справи / Мельник Ю. М., Драчук О. В. // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2010. — № 1. — С. 90–101.
17. Про що говорили в Бізнес-клубі Франкфуртського книжкового ярмарку // Читомо. — 23.10.2017. — Режим доступу : <http://archive.chytomo.com/news/pro-shho-govorili-v-biznes-klubi-frankfurtskogo-knizhkovogo-yarmarku>.
18. Теремко В. І. Видавничий маркетинг : навч. посіб. / В. І Теремко. — К. : Академвидав, 2009. — 272 с.
19. Як стати успішним ілюстратором та не залишитися без роялті / Art Huss // Читомо. — 19.01.2019. — Режим доступу : <http://www.chytomo.com/iak-staty-uspishnym-iliustratorom-ta-ne-zalyshytysia-bez-roialti/>.

#### ***Законодавчі і нормативно-правові документи***

20. Конституція України : за станом на 16 жовт. 2017 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. — Офіц. джерело : сайт ВР України. — Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.
21. Господарський кодекс України : за станом на 5 трав. 2018 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. — Офіц. джерело : сайт ВР України. — Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
22. Податковий кодекс України : за станом на 13 серп. 2018 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. — Офіц. джерело : сайт ВР України. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
23. Цивільний кодекс України : за станом на 25 груд. 2018 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. — Офіц. джерело : сайт ВР України. — Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=435-15>.
24. Закон України «Про видавничу справу» № 318/97-ВР від 05. 06. 97 : за станом на 04 черв. 2018 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. — Офіц. джерело : сайт ВР України. — Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80>.
25. Закон України «Про господарські товариства» № 1576-ХІІ від 19.09.1991 : за станом на 14 трав. 2018 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. — Офіц. джерело : сайт ВР України. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1576-12>.
26. Закон України «Про авторське право і суміжні права» № 3792-ХІІ від 23.12.93 : за станом на 04.11.2018 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. — Офіц. джерело : сайт ВР України. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1576-12>.

### *Інтернет-ресурси*

27. «Читомо» (<http://www.chytomo.com>) – культурно-видавничий проект, один із найбільш наповнених сайтів, що містить найновішу інформацію: унікальна статистика українського книжкового ринку, загальна інформація про сектор, інформація про законодавство, книжкові тренди.
28. Підприємництво. Власна справа в Україні : електронний курс / Олексій Геращенко та інші // Prometheus. — Режим доступу : [https://courses.prometheus.org.ua/courses/Prometheus/ENTREPR101/2016\\_T1/about](https://courses.prometheus.org.ua/courses/Prometheus/ENTREPR101/2016_T1/about).
29. Як створити стартап : електронний курс // Prometheus. — Режим доступу : [https://courses.prometheus.org.ua/courses/Prometheus/Startup101/2015\\_T2/about](https://courses.prometheus.org.ua/courses/Prometheus/Startup101/2015_T2/about).
30. Фінансовий менеджмент : електронний курс // Prometheus. — Режим доступу : [https://courses.prometheus.org.ua/courses/NAUKMA/101/2014\\_T2/about](https://courses.prometheus.org.ua/courses/NAUKMA/101/2014_T2/about).
31. «Буквоїд» (<http://bukvoid.com.ua>) – мистецько-літературний портал презентує найновіші видавничі новинки, рецензії відомих літературних діячів та критиків, події літературного життя України. Є підрубрика «Дитяча книга».
32. БараБука [www.barabooka.com.ua/](http://www.barabooka.com.ua/) - портал «BaraBooka. Простір української дитячої книги» – перший український універсальний інформаційний ресурс про видання для дітей та юнацтва.

## 8. Навчально-методична карта дисципліни «Підприємництво у видавничій справі»

Разом: 120 год., лекції – 4 год., практичні заняття – 52 год.,  
самостійна робота – 56 год., МКР – 8 год., семестровий контроль – залік.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI
Модулі	Змістовий модуль I			Змістовий модуль II			Змістовий модуль III			Змістовий модуль IV	
Назва модуля	<b>Структура видавничого процесу</b>			<b>Економіка видавничої діяльності</b>			<b>Бренд видавництва</b>			<b>Юридичні аспекти видавничої діяльності</b>	
Кількість балів за модуль	91			101			100			90	
Лекції	відвідування – 1 б.			відвідування – 1 б.							
Теми лекцій	Мета й завдання курсу. Видавнича справа як різновид підприємницької діяльності – 1 б.			Маркетинг у видавництві – 1 б.							
Теми практичних занять	Мета й завдання курсу. Видавнича справа як різновид підприємницької діяльності – 20 б.	Планування у видавництві – 20 б.	Основні видавничі процеси – 20 б.	Маркетинг у видавництві – 30 б.	Цінова політика – 20 б.	Продажі – 20 б.	Корпоративна ідентичність видавництва – 20 б.	Просування видавництва – 30 б.	Аутсорсинг – 20 б.	Договори у видавничій справі – 30 б.	Законодавча база видавничого бізнесу – 30 б.
Самостійна робота	5x1=5 б.			5x1=5 б.			5x1=5 б.			5x1=5 б.	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.			Модульна контрольна робота 2 – 25 б.			Модульна контрольна робота 3 – 25 б.			Модульна контрольна робота 4 – 25 б.	
Підсумковий контроль	382, коефіцієнт 3,82										