

Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра медіапродюсування та видавничої справи



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов

2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МІЖНАРОДНИЙ ВИДАВНИЧИЙ БІЗНЕС

для студентів

спеціальності 061 «Журналістика»

рівня вищої освіти *першого (бакалаврського)*

освітньої програми «*Видавнича справа та редагування*»

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти

Програма № 1468/22

Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)

« » 2022

Київ - 2022

Розробник:

Осмоловська Олена Анатоліївна, кандидат історичних наук, доцент кафедри медіапродюсування та видавничої справи Факультету журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладач:

Осмоловська Олена Анатоліївна, кандидат історичних наук, доцент кафедри медіапродюсування та видавничої справи Факультету журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри медіапродюсування та видавничої справи
Протокол № 1 від 31 серпня 2022 року

Завідувач кафедри медіапродюсування та видавничої справи



Л.Г.Масімова

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Видавнича справа та редагування»

_____ 2022 року

Гарант освітньо-професійної програми



_____ В.І.Шпак

Робочу програму перевірено
____.____. 2022 р.

Заступник декана Факультету журналістики з науково-методичної та навчальної роботи _____

В.С. Сошинська В.С. Сошинська

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ «__» 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. _____ «__» 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. _____ «__» 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. _____ «__» 20__ р., протокол № _____

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання (денна)
Вид дисципліни	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Загальний обсяг кредитів/годин	4 / 120
Курс	3
Семестр	6
Кількість змістових модулів з розподілом:	4
Обсяг кредитів	4
Обсяг годин, в тому числі:	120
Аудиторні	56
Модульний контроль	8
Самостійна робота	56
Семестровий контроль	-
Форма семестрового контролю	Залік

2. Мета навчальної дисципліни –

формування у студентів розуміння міжнародного видавничого бізнесу як складної системи взаємозв'язків (синергії) між національними видавничими структурами, розуміння сучасних тенденцій світового видавничого ринку та перспектив розвитку українського видавничого бізнесу на міжнародній арені, напрацювання практичних навичок діяльності на міжнародному видавничому бізнесі.

Завдання дисципліни передбачають формування додаткових спеціальних (фахових) компетентностей, а саме: **СК08**. Навички розробки та реалізації видавничих бізнес-проектів.

3. Результати навчання за дисципліною

Програмні результати навчання додатково розширюють і поглиблюють такі ПРН: **ПРН24**. Демонструвати здатність розробляти і реалізовувати видавничі бізнес-проекти.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт						
		Аудиторна:					Самостійна	Модульні
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторна	Індивідуальні		
Змістовий модуль 1. Сучасні тенденції та стан розвитку міжнародного видавничого бізнесу								
Тема 1. Визначення загальних тенденцій розвитку сучасного міжнародного видавничого ринку	2			2				
Тема 2. Опрацювання основних міжнародних ресурсів для формування аналітичних досліджень у видавничій сфері	2			2				
Тема 3. Аналіз рейтингу сучасних світових видавництв (за даними Publishers weekly)				2				
Тема 4. Міжнародні угоди у сфері міжнародного видавничого бізнесу	2			2				
Тема 5. Основні практичні кейси з популяризації читання у світі.	16			2			14	
Тема 6. Міжнародний видавничий бізнес як сфера соціальної відповідальності	2			2				
Тема 7. Питання свободи слова та прав людини у світовому книговидавничому секторі	2			2				
Модульний контроль	2							2
<i>Разом</i>	28			14			14	2
Змістовий модуль 2. Україна як суб'єкт міжнародного видавничого ринку								
Тема 8. Визначення суб'єктності України у системі міжнародного видавничого бізнесу	2			2				
Тема 9. Український видавничий бізнес на міжнародних книжкових виставках	16			2			14	
Тема 10. Українська асоціація видавців та книгорозповсюджувачів як член Міжнародної асоціації видавців	2			2				
Тема 11. Роль держави у видавничій сфері. Світовий досвід	2			2				
Тема 12. Участь України у міжнародних книжкових проєктах	2			2				
Тема 13. Міжнародна діяльність українських книжкових інституцій	2			2				
Модульний контроль	2							2
<i>Разом</i>	28			12			14	2

Змістовий модуль 3. Основні елементи структури міжнародного видавничого бізнесу								
Тема 14. Діяльність транснаціональних видавничих корпорацій як основних суб'єктів міжнародного видавничого бізнесу	2			2				
Тема 15. Міжнародні інноваційні книжкові проєкти	16			2			14	
Тема 16. Міжнародні книжкові виставки-ярмарки	2			2				
Тема 17. Сучасні тренди міжнародної співпраці у сфері видавничого бізнесу	2			2				
Тема 18. Основні міжнародні видавничі організації	2			2				
Тема 19. Особливості книжкового ритейлу в країнах світу	2			2				
Тема 20. Фіксована ціна на книжкові видання	2			2				
Модульний контроль	2							2
<i>Разом</i>	30			14			14	2
Змістовий модуль 4. Комунікація у міжнародному видавничому бізнесі								
Тема 21. Особливості бізнескомунікації на міжнародних книжкових виставках-ярмарках	2			2				
Тема 22. Каталоги прав на книжкові видання як інструмент бізнескомунікації	16			2			14	
Тема 23. Укладання міжнародних видавничих договорів	2			2				
Тема 24. Формування партнерського списку для книжкової виставки-ярмарку	2			2				
Тема 25. Особливості підготовки каталогів прав на книжкові видання	2			2				
Тема 26. Специфіка ділового листування у міжнародній видавничій комунікації	2			2				
Тема 27. Використання аудіовізуальних інструментів у міжнародній видавничій комунікації	2			2				
Тема 28. Особливості міжнародної інформаційної кампанії видавництва	2			2				
Модульний контроль	2							2
<i>Разом</i>	32			16			14	2
<i>Усього</i>	120			56			56	8

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Сучасні тенденції та стан розвитку міжнародного видавничого бізнесу

Тема 1. Визначення сучасних тенденцій розвитку міжнародного видавничого бізнесу

Визначення міжнародного бізнесу.

Різниця між підприємництвом та бізнесом.

Чим відрізняється видавнича справа від видавничого бізнесу.

Основні форми співробітництва у міжнародному видавничому бізнесі.

Міжнародні інформаційні ресурси для підготовки видавничої аналітики.

Основні сучасні тенденції світового книговидання.

Основні тенденції, властиві книжковому ритейлу.

Тема 2. Опрацювання основних міжнародних ресурсів для формування аналітичних досліджень у видавничій сфері

Аналітичні документи Міжнародної асоціації видавців.

Ресурс Publishers weekly.

Livres Hebdo.

Українські ресурси. УАВК. Читомо.

Тема 3. Аналіз рейтингу сучасних світових видавництв (за даними Publishers weekly)

Pearson.

Relx Group.

Thomson Reuters.

Bertelsmann (Бертельсманн).

Wolters Kluwer.

Тема 4. Міжнародні угоди у сфері міжнародного видавничого бізнесу

Дуалістична природа правового регулювання сфери міжнародного видавничого бізнесу.

Міжнародні угоди у сфері захисту інтелектуальної власності.

Міжнародні угоди щодо регулювання міжнародної видавничої бізнес діяльності.

Рекомендаційні документи ЮНЕСКО.

Тема 5. Основні практичні кейси з популяризації читання у світі.

Основні світові практичні кейси з популяризації читання.

Діяльність ЮНЕСКО.

Міжнародна організація з питань дитячої та юнацької літератури.

Проект «Всесвітня книжкова столиця».

Тема 6. Міжнародний видавничий бізнес як сфера соціальної відповідальності

Визначення та сутність поняття соціальної відповідальності у бізнесі.

Світові книжкові інклюзивні проєкти.

Характеристика та специфіка світового інклюзивного книговидання.

Тема 7. Питання свободи та прав людини у світовому книговиданні

Свобода слова як основна передумова існування міжнародного видавничого бізнесу.

Діяльність міжнародних видавничих інституцій у царині свободи слова.

Основні міжнародні документи у царині свободи слова та прав людини.

Стан питання в українському книговиданні.

Змістовий модуль 2. Україна як суб'єкт міжнародного видавничого ринку

Тема 8. Визначення суб'єктності України у системі міжнародного видавничого бізнесу

Основні характеристики українського видавничого бізнесу.

Українські книжкові інституції на міжнародній арені.

Російська книга і формування українського видавничого бізнесу.

Особливості участі України у міжнародних книжкових виставках.

Вплив політики держави на формування видавничого бізнесу.

Тема 9. Український видавничий бізнес на міжнародних книжкових виставках

Історія участі України на міжнародних книжкових виставках.

Україна на Франкфуртському книжковому ярмарку.

Співвідношення іміджевої та бізнес складової.

Тема 10. Українська асоціація видавців та книгорозповсюджувачів як член Міжнародної асоціації видавців.

Історія створення УАВК

Основні завдання, напрямки діяльності УАВК.

Міжнародна асоціація видавців, основні напрямки діяльності.

Сучасний стан та перспективи співпраці.

Тема 11. Роль держави у видавничій сфері. Світовий досвід

Особливості оподаткування у книговидавничій сфері.

Основні напрямки державної підтримки.

Державні видавничі програми в Україні.

Роль Інститутів книги на прикладі Польщі

Тема 12. Участь України у міжнародних книжкових проєктах

Всесвітня книжкова столиця.
Всесвітня літературна столиця.
Всесвітня культурна столиця.
Міжнародні книжкові резиденції.
Видавничі проєкти Британської ради.
Гете Інститут.
Чеський центр.
Посольство Швейцарії в Україні.
Французький інститут.
Польський інститут.

Тема 13. Міжнародна діяльність українських книжкових інституцій

Державний комітет телебачення і радіомовлення.
Книжкова палата України.
Міністерство культури та інформаційної політики України.
Український інститут книги.
Український культурний фонд.
Український інститут.
Українська Асоціація Видавців та книгорозповсюджувачів.

Змістовий модуль 3. Основні елементи структури міжнародного видавничого бізнесу

Тема 14. Діяльність транснаціональних видавничих корпорацій як основних суб'єктів міжнародного видавничого бізнесу

Визначення ТНК, основні ознаки.
Історичні передумови створення видавничих ТНК.
Характеристика основних видавничих ТНК на сучасному етапі.

Тема 15. Міжнародні інноваційні книжкові проєкти

Амазон
Інноваційні ресурси селф-паблішінг.
Інноваційні ресурси принт-он-деманд.

Тема 16. Міжнародні книжкові виставки-ярмарки

З історії розвитку міжнародних книжкових виставок.
Франкфуртський книжковий ярмарок як найбільший всесвітній торговельний ярмарок.
Лондонський - найбільший весняний книжковий ярмарок.
Ярмарок у Болоньї, що спеціалізується на книгах для дітей.

Ярмарок у Гвадалахарі - шлях до Латинської Америки.
Ярмарок у Нью-Йорку (BookExpo) — найбільше книжкове торговельне місце для видавців США.

Тема 17. Сучасні тренди міжнародної співпраці у сфері видавничого бізнесу

Міжнародна асоціація видавців. ЮНЕСКО.
Міжнародні грантові проєкти. Амазон.

Тема 18. Основні міжнародні видавничі організації

Міжнародна асоціація видавців.
Міжнародна бібліотечна асоціація.
ЮНЕСКО.

Тема 19. Особливості книжкового ритейлу в країнах світу

Визначення, основні форми книжкового ритейлу.
Сучасний стан та особливості інтернет продажів видавничої продукції.
Найуспішніші книгарні світу.
Маленькі книгарні як особливий бренд на книжковому ринку.

Тема 20. Фіксована ціна на книжкові видання

Поняття фіксованої ціни.
Світовий досвід щодо встановлення фіксованої ціни.
Моніторинг позицій щодо фіксованої ціни на книжкові видання в Україні.

Змістовий модуль 4. Комунікація у міжнародному видавничому бізнесі

Тема 21. Особливості бізнескомунікації на міжнародних книжкових виставках-ярмарках

Знайомство з комунікаційною структурою міжнародного книжкового ярмарку.
Вивчення національних особливостей бізнес-комунікації.
Основні комунікаційні інструменти.
Проведення переговорного процесу.

Тема 22. Каталоги прав на книжкові видання як інструмент бізнескомунікації

Особливості підготовки каталогів прав на книжкові видання.
Структура каталогу. Дизайн. Переклад.
Використання каталогів прав як ефективного інструменту бізнескомунікації.

Тема 23. Укладання міжнародних видавничих договорів

Міжнародні видавничі договори, структура, обов'язкові положення, переклад.

Основні етапи укладання договорів.

Тема 24. Формування партнерського списку для книжкової виставки-ярмарку

Особливості обробки інформації та структурування у дієвий партнерський список.

Опрацювання інформаційних ресурсів видавництв, моніторинг.

Тема 25. Особливості підготовки каталогів прав на книжкові видання

Основні етапи редакційної підготовки каталогу.

Вибір книжкових видань для каталогу. Підготовка анотацій. Переклад.

Редагування. Коректура. Дизайн. Верстка. Підготовка до друку.

Тема 26. Специфіка ділового листування у міжнародній видавничій комунікації

Основні правила ділового листування.

Приклади складання листів партнерам з міжнародних видавничих організацій.

Тема 27. Використання аудіовізуальних інструментів у міжнародній видавничій комунікації

Підготовка рекламного відео видавництва.

Підготовка інтерактивних презентацій книжкових видань.

Використання сучасних інноваційних технологій для підготовки презентацій.

Тема 28. Особливості міжнародної інформаційної кампанії видавництва

Визначення потенційних партнерів та реципієнтів інформації.

Вибір комунікаційних інструментів для проведення кампанії затвердження стратегії.

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									
Відвідування семінарських занять									
Відвідування на практичному занятті	1	7	7	6	6	7	7	8	8
Відвідування на лабораторному занятті									
Робота на семінарському занятті									
Робота на практичному занятті	10	7	70	6	60	7	70	8	80
Робота на лабораторному занятті									
Лабораторна робота (в тому числі допуск, 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>	428		107		96		107		118
Максимальна кількість балів	428								
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: 428:100=4,3								

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль 1. Сучасні тенденції та стан розвитку міжнародного видавничого бізнесу

Завдання

Зробити моніторинг існуючих практик популяризації читання у світі. Скласти перелік світових практичних кейсів популяризації читання. Викласти у вигляді таблиці з прив'язкою до країни проведення.

Змістовий модуль 2. Україна як суб'єкт міжнародного видавничого ринку

Завдання

Зробити моніторинг існуючих практик популяризації читання в Україні. Скласти перелік українських практичних кейсів популяризації читання. Викласти у вигляді таблиці з прив'язкою до міста проведення.

Змістовий модуль 3. Основні елементи структури міжнародного видавничого бізнесу

Завдання

Підготувати сценарій та план реалізації створення власного практичного кейсу з популяризації читання. Ваш кейс має ґрунтуватися на досліджених світових практиках, але спрямований на використання в Україні. Кейс може бути індивідуальний та груповий (до 5 осіб).

Змістовий модуль 4. Комунікація у міжнародному видавничому бізнесі

Завдання

Використовуючи навички комунікації з Центрами компетенцій університету реалізувати власний практичний кейс з популяризації читання (може бути відео, аудіо формат або у вигляді презентації). Підготуватися до публічної презентації кейсу.

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими критеріями:

- 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 поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- 5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом в електронному вигляді на 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 виконання тестових завдань. Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 4, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Модульна контрольна робота № 1

Завдання: проходження тестового завдання на електронному курсі за змістом матеріалу першого модуля. Кількість запитань 25. Тестове завдання передбачає різні форми тестових запитань. Кількість спроб проходження тесту – 1.

Максимальний час на проходження тестового завдання – 60 хв.

Модульна контрольна робота № 2

Завдання: проходження тестового завдання на електронному курсі за змістом матеріалу першого модуля. Кількість запитань 25. Тестове завдання передбачає різні форми тестових запитань. Кількість спроб проходження тесту – 1.

Максимальний час на проходження тестового завдання – 60 хв.

Модульна контрольна робота № 3

Завдання: проходження тестового завдання на електронному курсі за змістом матеріалу першого модуля. Кількість запитань 25. Тестове завдання передбачає різні форми тестових запитань. Кількість спроб проходження тесту – 1.

Максимальний час на проходження тестового завдання – 60 хв.

Модульна контрольна робота № 4

Завдання: проходження тестового завдання на електронному курсі за змістом матеріалу першого модуля. Кількість запитань 25. Тестове завдання передбачає різні форми тестових запитань. Кількість спроб проходження тесту – 1.

Максимальний час на проходження тестового завдання – 60 хв.

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 структурувати та систематизувати викладений матеріал у вигляді чітких відповідей за заданим форматом за визначений проміжок часу;
- 5) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань;
- 6) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмовій роботі;
- 7) якість і самостійність виконання завдання; чіткість та самоорганізація у виконанні завдання.

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань одного МК 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 та лабораторних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі заліку і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу.

7. Навчально-методична карта дисципліни «Міжнародний видавничий бізнес»

Разом: 120 год., лекції – 0 год., практичні – 56 год., самостійна робота – 56 год., МК – 8 год., семестровий контроль – залік

Модулі	Змістовий модуль 1				
Назва модуля	Сучасні тенденції та стан розвитку міжнародного видавничого бізнесу				
Кількість балів за модуль	107 балів				
Практичні заняття	1.Визначення загальних тенденцій розвитку сучасного міжнародного видавничого ринку (1+10 балів)		2.Опрацювання основних міжнародних ресурсів для формування аналітичних досліджень у видавничій сфері (1+10 балів)		
Практичні заняття	3.Аналіз рейтингу сучасних світових видавництв (за даними Publishers weekly) (1+10 балів)	4.Міжнародні угоди у міжнародного видавничого бізнесу (1+10 балів)	5.Основні практичні кейси з популяризації читання у світі (1+10 балів)	6.Міжнародний видавничий бізнес як сфера соціальної відповідальності (1+10 балів)	7.Питання свободи слова та прав людини у світовому Книговиданні (1+10 балів)
СР	5 балів				
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)				

Змістовий модуль 2

Україна як суб'єкт міжнародного видавничого ринку

96 балів

Практичні заняття	8.Визначення суб'єктності України у системі міжнародного видавничого бізнесу (1+10 балів)	9.Український видавничий бізнес на міжнародних книжкових виставках (1+10 балів)		
Практичні заняття	10.Українська асоціація видавців та книгорозповсюджувачів як член Міжнародної асоціації видавців (1+10 балів)	11.Роль держави у видавничій сфері. Світовий досвід (1+10 балів)	12.Участь України у міжнародних книжкових проєктах (1+10 балів)	13.Міжнародна діяльність українських книжкових інституцій (1+10 балів)
СР	5 балів			
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)			

Модулі	Змістовий модуль 3			
Назва модуля	Основні елементи структури міжнародного видавничого бізнесу			
Кількість балів за модуль	107 балів			
Практичні заняття	14. Діяльність транснаціональних видавничих корпорацій як основних суб'єктів міжнародного видавничого бізнесу (1+10 балів)	15. Сучасні тренди міжнародної співпраці у сфері видавничого бізнесу (1+10 балів)	16. Особливості книжкового ритейлу в країнах світу (1+10 балів)	
Практичні заняття	17. Міжнародні інноваційні книжкові проекти (1+10 балів)	18. Міжнародні книжкові виставки-ярмарки (1+10 балів)	19. Основні міжнародні видавничі організації (1+10 балів)	20. Фіксована ціна на книжкові видання (1+10 балів)
СР	5 балів			
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)			

Модулі	Змістовий модуль 4				
Назва модуля	Комунікація у міжнародному видавничому бізнесі				
Кількість балів за модуль	118 балів				
Практичні заняття	21. Особливості бізнескомунікації на міжнародних книжкових виставках-ярмарках (1+10 балів)	22. Каталоги прав на книжкові видання як інструмент бізнескомунікації (1+10 балів)	23. Укладання міжнародних видавничих договорів (1+10 балів)		
Практичні заняття	24. Формування партнерського списку для книжкової виставки-ярмарку (1+10 балів)	25. Особливості підготовки каталогів прав на книжкові видання (1+10 балів)	26. Специфіка ділового листування у міжнародній видавничій комунікації (1+10 балів)	27. Використання аудіовізуальних інструментів у міжнародній видавничій комунікації (1+10 балів)	28. Особливості міжнародної інформаційної кампанії видавництва (1+10 балів)
СР	5 балів				
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)				

Разом 428 балів, коефіцієнт 4,3

8. Рекомендована література

Основна (базова)

1. Українська книга в контексті світового книговидання/ О.А.Афонін, М.І Сенченко. – К. : Кн.палата України, 2009. - 227.
2. Основні засади видавничого бізнесу/ В.І.Теремко. – К. :Академвидав, 2009. – 136.
3. Міжнародний бізнес : вступ до спеціальності : навч. посіб. / О. В. Поліщук. — К. : НАУ, 2013. – 132.
4. Дубас Р.О. Глобалізаційні драйвери сучасної видавничої галузі// Стратегія розвитку України. Економіка. Соціологія. Право. : наук. журн., Київ.- № 1-2015.

Додаткова

1. Приятельчук О.А. Формування та розвиток кроскультурного менеджменту (на прикладі міжнародних корпорацій): Монографія. – К., 2006.
2. Міжнародний бізнес : підручник. 2 видання. – К.: «Київський університет», 2009. – 623 с.
3. Гіл, Чарлз В.Л. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку: Пер. з англ.- К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001. – 856с.
4. Транснаціональні корпорації: Навч. Посібник / В.Рокоча, О.Плотніков, В.Новицький та ін. – К.: Таксон, 2001. – 304с.
5. Румянцев А. П., Климко Г. Н., Рокоча В. В. Міжнародна економіка. — К.: Знання, 2006.
6. Притикіна О. Л. Навчальний посібник з курсу “Транснаціональні корпорації”. Дн-ськ: РВВ ДНУ, 2003р. – 128.
7. Володимир Самофалов. Глобальний виклик транснаціональних корпорацій // Дзеркало тижня. № 31 (456) 16 — 22 серпня 2003.
8. Моральний вимір економіки: соціальна відповідальність бізнесу та економічна ефективність : монографія / Національний банк України, Університет банківської справи ; ред. Г. Ф. Хоружий. – К. : УБС НБУ, 2009. – 255 с.
9. Шаповал В. М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою : монографія / В. М. Шаповал ; ДВНЗ „Нац. гірн. ун-т”. – Д. : Держ. ВНЗ „НГУ”, 2011. – 356 с.
10. Гогуля О. П. Соціальна відповідальність бізнесу : монографія / О. П. Гогуля, І. П. Кудінова ; Каб. Міністрів України, Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. – Ніжин : Лисенко М. М., 2011. – 175 с.
11. Шпак В.І. Видавничий бізнес в умовах української державності : монографія / В.І. Шпак. – К.: ДП «Експрес-об’ява», 2015. – 392 с.
12. Шпак В.І. Техніко-технологічні зміни видавничої галузі початку 90-х років ХХ століття / В.І. Шпак // Наукові записки. Серія: Історичні науки. – Випуск 19. – Кіровоград: РВВ КДПУ імені В. Винниченка, 2014. – 272 с. / С.260–265.

Інформаційні ресурси

Рейтинг 50 найвпливовіших книговидавництв світу знову без українців/
О.А.Осмоловська. <http://blog.liga.net/user/oosmolovska/article/28013.aspx>

Інклюзивна література: право на життя/ О.А.Осмоловська.
<http://blog.liga.net/user/oosmolovska/article/27995.aspx>

Закон України «Про видавничу справу» [Електронний ресурс] :

<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%804>.

<http://en.unesco.org/>

<https://www.internationalpublishers.org>

<https://www.publishersweekly.com>

<http://www.chytomo.com>

<http://www.chytomo.com/master-class/mizhnarodni-knizhkovi-proekti-varianti-spivpraci>

Додатки. Плани практичних занять.

Змістовий модуль 1. Сучасні тенденції та стан розвитку міжнародного видавничого бізнесу

Практичне заняття 1. Визначення загальних тенденцій розвитку сучасного міжнародного видавничого ринку

1. *Групове обговорення та індивідуальна робота. Комплексне завдання.* Написання тематичної публікації для профільного інтернет-ресурсу після перегляду відео сюжету з питань видавничої проблематики. Рекомендоване до проведення у Центрі компетенцій «Центр мультимедійних технологій».

Література

Основна: [1,2,3,4]; **додаткова:** 3,11.

Практичне заняття 2. Опрацювання основних міжнародних ресурсів для формування аналітичних досліджень у видавничій сфері

1. *Робота по групах. Комплексне завдання.* Зробити інформаційний тематичний моніторинг одного міжнародних книжкових ресурсів
2. Аналітичні документи Міжнародної асоціації видавців.
3. Ресурс Publishers weekly.
4. Livres Hebdo.
5. Українські ресурси. Читомо.

Література

Основна: [2,3,4]; **додаткова:** 1,2,5.

Практичне заняття 3. Аналіз рейтингу сучасних світових видавництв (за даними Publishers weekly).

Комплексне завдання. Робота у 5 мікрогрупах. Опрацювання інформаційного матеріалу, робота з аналітичним ресурсом «Publishers weekly». Підготовка презентації 1 з 5-ти найвпливовіших видавничих корпорацій світу (Power Point, схема, графік, ін). Захист презентації перед аудиторією.

Рекомендовано до проведення у Центрі компетенцій «Інформаційно-аналітичний центр».

Література

Основна: [1,2,3,4]; **додаткова:** 2,3,7

Практичне заняття 4. Міжнародні угоди у сфері міжнародного видавничого бізнесу

Інтерактивне завдання. Робота у 2-х мікрогрупах. Ознайомитись з Хартією книги. Кожній групі підготувати по 10 запитань до матеріалу. Групи по черзі

ставлять запитання одна одній. Виграє та отримує максимальний бал за заняття група, яка відповідає на більшу кількість запитань.

Література

Основна: [1,2,3,4]; **додаткова:** 2.

Практичне заняття 5. Основні практичні кейси з популяризації читання у світі.

Індивідуальна робота у Центрі компетенцій «Інформаційно-аналітичний центр». Студенти готують моніторинг інформаційно-аналітичних матеріалів щодо світових практик популяризації читання. Кожному студенту потрібно скласти власний рейтинг практичних кейсів з популяризації читання у світі та детально розповісти про топкейс свого рейтингу.

Література

Основна: [1,2,3,4]; **додаткова:** 1,11.

Практичне заняття 6. Міжнародний видавничий бізнес як сфера соціальної відповідальності

Робота у 2-х мікрогрупах. Після перегляду кількох тематичних відео кожній групі необхідно підготувати виступ перед аудиторією. Одна група готує виступ перед уявною цільовою аудиторією. Інша група – перед не цільовою аудиторією. Результати виступів обговорюються колективно.

Література

Основна: [1,2,3,4]; **додаткова:** 8,9,10.

Практичне заняття 7. Питання свободи та прав людини у світовому книговидаванні.

Індивідуальна робота у Центрі компетенцій «Інформаційно-аналітичний центр».

Зробити моніторинг преси та знайти приклади порушення прав людини або свободи слова у міжнародній видавничій сфері. Представити знайдені приклади перед аудиторією.

Література

Основна: [1,2,3,4]; **додаткова:** 2,5,12.

Змістовий модуль II.

Україна як суб'єкт міжнародного видавничого ринку.

Практичне заняття 8. Визначення суб'єктності України у системі міжнародного видавничого бізнесу

Комплексне завдання. Зробити моніторинг преси – щодо діяльності українських видавців на міжнародній арені. Робота по групах у форматі «мозковий штурм». Команди мають визначити ознаки суб'єктності України у

системі міжнародного видавничого бізнесу і представити їх від імені лідера команди перед аудиторією.

Література

Основна: [1,2,3]; **додаткова:** 11,12.

Практичне заняття 9. Український видавничий бізнес на міжнародних книжкових виставках.

Комплексне завдання. Робота у групах. Знайти відгуки вітчизняних видавців щодо участі у міжнародних книжкових ярмарках, публікації та офіційні повідомлення щодо участі України з колективним стендом на міжнародних книжкових ярмарках. Представити інформацію щодо участі України на 5 останніх книжкових ярмарках.

Література

Основна: [1,2,3]; **додаткова:** 11,12.

Практичне заняття 10. Українська асоціація видавців та книгорозповсюджувачів (УАВК) як член Міжнародної асоціації видавців.

Проведення зустрічі президента УАВК зі студентами. Студенти діляться на 2 групи (книгооптимістів та книгоскептиків) та готують і ставлять різноманітні запитання, по 10 від кожної групи. Президент оцінює якість поставлених запитань та обирає найуспішнішу команду.

Література

Основна: [1,2,3]; **додаткова:** 11,12.

Практичне заняття 11. Роль держави у видавничій сфері. Світовий досвід

Комплексне завдання. Робота у групах. Провести онлайн-моніторинг українських видавничих інтернет ресурсів. Зробити презентацію в Power Point існуючих державних видавничих програм. Індивідуальна робота у Центрі компетенцій «Інформаційно-аналітичний центр».

Література

Основна: [1,2,3,4]; **додаткова:** 11,12.

Практичне заняття 12. Участь України у міжнародних книжкових проєктах

Комплексне завдання. Зробити онлайн моніторинг сучасних видавничих грантових програм від міжнародних культурних інституцій. Результати представити по групах у вигляді презентації або публічної доповіді. Робота у Центрі компетенцій «Інформаційно-аналітичний центр».

Література

Основна: [1,3]; **додаткова:** 2.

Практичне заняття 13. Міжнародна діяльність українських книжкових інституцій

Комплексне завдання. Зробити моніторинг преси – щодо діяльності українських книжкових інституцій на міжнародній арені. Робота по групах у форматі «мозковий штурм». Розробити перелік пропозицій щодо можливої взаємодії студентства з цими інституціями у міжнародній сфері.

Література

Основна: [1,2,3]; **додаткова:** 2,12.

Змістовний модуль III. Основні елементи структури міжнародного видавничого бізнесу

Практичне заняття 14. Діяльність транснаціональних видавничих корпорацій як основних суб'єктів міжнародного видавничого бізнесу

Зробити аналіз створення та розвитку видавничих ТНК. Розподілитися по групах, обрати одну транснаціональну медіа корпорацію. Підготувати групові презентації.

Література

Основна: [1,4]; **додаткова:** 3,4,6,7.

Практичне заняття 15. Міжнародні інноваційні книжкові проєкти

Робота у Центрі компетенцій. Групове завдання. Зробити онлайн-моніторинг міжнародних інноваційних книжкових проєктів. Підготувати рейтинг успішності цих проєктів. Провести обговорення підготовленого рейтингу успішності проєктів між групами.

Література

Основна: [1]; **додаткова:** 2,12.

Практичне заняття 16. Міжнародні книжкові виставки-ярмарки

Проведення інтерактивного заняття-змагання у комп'ютерному класі.

Поділитися на дві команди. Обрати координатора, розподілити ролі у командах. Протягом заняття кожна команда має підготувати календар міжнародних книжкових ярмарків. Перемагає та команда, яка знайде більшу кількість діючих міжнародних книжкових ярмарків.

Література

Основна: [1,2,3]; **додаткова:** 12.

Практичне заняття 17. Сучасні тренди міжнародної співпраці у сфері видавничого бізнесу

Комплексне завдання. Ознайомитися з роботою офіційного сайту Міжнародної асоціації видавців. Звернути увагу на пріоритети діяльності. Підготувати інформаційну публікацію про сучасні тренди міжнародної співпраці у сфері видавничого бізнесу.

Література

Основна: [1,3]; **додаткова:** 2.

Практичне заняття 18. Основні міжнародні видавничі організації

1. Міжнародна асоціація видавців.
2. Міжнародна бібліотечна асоціація.
3. ЮНЕСКО.

Комплексне завдання. Проаналізувати роботу офіційного сайту ЮНЕСКО. Звернути увагу на пріоритети діяльності. Виокремити програмні документи та проекти, які стосуються міжнародного видавничого бізнесу.

Література

Основна: [1,3]; **додаткова:** 2,5,6.

Практичне заняття 19. Особливості книжкового ритейлу в країнах світу

Ознайомитися з історією та діяльністю найвидатніших книгарень світу. Підготувати індивідуальні або групові презентації одного представника світового книжкового ритейлу. Підготуватися до обговорення.

Література

Основна: [1,2,3,4]; **додаткова:** 2,12.

Практичне заняття 20. Фіксована ціна на книжкові видання.

Інтерактивне заняття у Центрі компетенцій. Розподілитися на 2 команди. Опрацювати надані матеріали з теми заняття та підготувати свої аргументи: одна команда – ЗА встановлення фіксованої ціни на книжкові видання, друга команда – ПРОТИ. Провести обговорення позицій.

Література

Основна: [1,2,3]; **додаткова:** 2.

Змістовний модуль IV. Основні елементи структури міжнародного видавничого бізнесу

Практичне заняття 21. Особливості бізнескомунікації на міжнародних книжкових виставках-ярмарках

Комплексне завдання. Розробити концепцію участі українського колективного стенду у міжнародній книжковій виставці (на вибір).

Концепція має враховувати:

- національні особливості приймаючої сторони,
- авторську програму,
- вибір книжкового асортименту,
- книжкову розкладку,
- ідею оформлення стенду,
- рекламну продукцію,
- основні книжкові тенденції,
- економічну доцільність.

Концепцію представити по групах в аудиторії.

Література. Основна: [1,2]; **додаткова:** 12.

Практичне заняття 22. Каталоги прав на книжкові видання як інструмент бізнес комунікації

Провести аналіз книжкових каталогів видавництв з різних країн.

Звернути увагу на формування книжкового асортименту, елементи дизайну, систематизацію, стиль каталогів.

Підготувати рекомендації для українських видавництв щодо підготовки каталогів прав на книжкові видання.

Література

Основна: [1,2]; додаткова: 12.

Практичне заняття 23. Укладання міжнародних видавничих договорів

Опрацювати кілька зразків міжнародних видавничих договорів. Підготувати словник фраз та термінів, які можуть допомогти у складанні типового договору. (анг – укр.).

Література

Основна: [1,2,3]; додаткова: 12.

Практичне заняття 24. Формування партнерського списку для книжкової виставки-ярмарку

Опрацювати особливості обробки інформації та структурування у дієвий партнерський список.

Інтерактивне заняття у Центрі компетенцій. Робота у групах. Обрати одне українське видавництво, зробити моніторинг книжкових видань, сформуванати партнерський список для певної (обрати окремо) книжкової виставки-ярмарку.

Література

Основна: [1,2]; додаткова: 12.

Практичне заняття 25. Особливості підготовки каталогів прав на книжкові видання

Інтерактивне заняття у Центрі компетенцій.

Враховуючи особливості підготовки книжкових каталогів, розробити дієву концепцію каталогу прав для окремого дитячого книжкового видавництва.

Література

Основна: [1,2,3,4]; додаткова: 12.

Практичне заняття 26. Специфіка ділового листування у міжнародній видавничій комунікації

Інтерактивне заняття у Центрі компетенцій.

Опрацювання окремих прикладів ділового листування у видавничому бізнесі.

Індивідуальне завдання. Використовуючи словник фраз та термінів, підготувати лист українською та англійською мовами уявному міжнародному партнеру.

Література

Основна: [1,4]; додаткова: 2,12.

Практичне заняття 27. Використання аудіовізуальних інструментів у міжнародній видавничій комунікації

Інтерактивне заняття у Центрі компетенцій.

Завдання може виконуватися як індивідуально, так і у групах до 5 осіб. Обрати українське видавництво та підготувати для нього презентацію для міжнародних партнерів, використовуючи аудіовізуальні інструменти.

Література

Основна: [1,4]; додаткова: 12.

Практичне заняття 28. Особливості міжнародної інформаційної кампанії видавництва

Інтерактивне заняття у Центрі компетенцій.

Завдання може виконуватися як індивідуально, так і у групах до 5 осіб. Обрати українське видавництво та підготувати для нього дієву інформаційну кампанію для підтримки участі у міжнародному книжковому ярмарку. (Видавництво та міжнародну книжкову ярмарку студенти обирають самостійно).

Література

Основна: [1,2,3,4]; додаткова: 12.

- *В умовах дистанційного навчання інтерактивні заняття у Центрах компетенцій проводяться у форматі відеоконференцій та на ЕНК.*