

Міністерство освіти і науки України
Київський університет імені Бориса Грінченка
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



**РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ
ДИСЦИПЛІНИ**

ОРГАНІЗАЦІЯ КНИГОРОЗПОВСЮДЖЕННЯ

напрямок підготовки 6.020102 «Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія»

Гуманітарний інститут

2015 - 2016 рік



Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Організація книгорозповсюдження» за напрямом підготовки 6.020102 «Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія», галузі знань 0201 «Культура».
2016. – 42 с.

Розробник: Сошинська Вікторія Євгенівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами і зв'язків з громадськістю Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка

Робоча навчальна програма затверджена на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від «27» січня 2016 р. № 6

/Завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Г. В. Горбенко /Г. В. Горбенко/

Структура програми типова

Години відповідають робочому навчальному плану

Заступник директора з науково-методичної та навчальної роботи

О. В. Єременко /О. В. Єременко/

©КУБГ, 2016 рік

©Сошинська В. Є., 2016 рік

ЗМІСТ

Пояснювальна записка.....	4
Структура програми навчальної дисципліни	
I. Опис предмета навчальної дисципліни.....	6
II. Тематичний план навчальної дисципліни.....	7
III. Програма	
<i>Змістовий модуль 1</i>	8
<i>Змістовий модуль 2</i>	9
IV. Навчально-методична карта дисципліни «Організація книгорозповсюдження».....	12
V. Плани семінарських занять.....	14
VI. Завдання для самостійної роботи.....	16
VII. Система поточного та підсумкового контролю.....	24
VIII. Методи навчання.....	28
IX. Методичне забезпечення курсу.....	29
X. Завдання для модульних контрольних робіт.....	30
XI. Тести.....	31
XII. Задачі.....	34
XIII. Рекомендована література	
<i>Нормативно-правові документи</i>	36
<i>Основна</i>	37
.....	
<i>Додаткова</i>	38
Інформаційні ресурси.....	39
Методичні рекомендації до підготовки семінарського заняття.....	40
Методичні рекомендації до самостійної роботи студентів.....	41

Пояснювальна записка

Відповідно до Навчального плану Київського університету імені Бориса Грінченка курс «Організація книгорозповсюдження» відноситься до варіативної частини циклу професійної та практичної підготовки і є навчальною дисципліною за вибором ВНЗ за напрямом підготовки 6.020102 «Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія».

Мета дисципліни – надання студентам теоретичних знань для системного сприйняття процесів книгорозповсюдження та практичних навичок організаційно-управлінської та асортиментної роботи; ознайомлення з основними законодавчими актами та іншими нормативними документами, що регулюють діяльність підприємств, які займаються книгорозповсюдженням в Україні; розглянути середовище функціонування названих підприємств в системі ринкових відносин в Україні та за кордоном.

Завдання навчальної дисципліни орієнтовані на набуття студентами системи знань, умінь та досвіду, що включають:

- знання та розуміння тенденцій закордонної, української та регіональної системи книгорозповсюдження;
- уміння та досвід вивчення попиту покупців в регіоні, асортименту каналів розповсюдження видавничої продукції;
- знання, уміння та досвід застосування основних положень міжнародного та національного законодавства у сфері книгорозповсюдження;
- знання, уміння та досвід аналізу використання інформаційних систем та технологій в книгорозповсюдженні, підготовка заходів по просуванню і реалізації друкованих та електронних видань.

У результаті вивчення курсу студент повинен **знати**:

- понятійно-категоріальний апарат функціонування, результатів діяльності книготорговельного підприємства;
- сутність та основні характеристики сегментації ринку книжкової продукції, модель поведінки покупців;

- сучасну структуру книгорозповсюдження та способи стимулювання реалізації друкованої та електронної книжкової продукції;

- форми фінансової (бухгалтерської) та статистичної (галузевої) звітності.

На основі отриманих знань студент повинен **вміти**:

- використовувати спеціальну термінологію в науково-практичній діяльності;

- аналізувати, узагальнювати і оцінювати оптимальні канали книгорозповсюдження та підходи до асортиментної, цінової та збутової політики книготорговельного підприємства;

- характеризувати організаційно-функціональну структуру книготорговельного підприємства та його фінансово-економічні результати господарської діяльності;

- оволодіти сучасною методикою планування діяльності книготорговельної організації в цілому та управління інформаційним забезпеченням, рекламною кампанією, методикою соціологічних досліджень в книгорозповсюдженні.

Курс інтегрується з такими дисциплінами, як «Книгознавство», «Історія книги», «Фінансово-підприємницька та комерційна діяльність», «Соціологія книги і читання», «Організація і економіка видавничої справи».

Теоретичні питання навчальної дисципліни розглядаються на лекціях, поглибленню теоретичних знань сприяють семінарські заняття. До кожного з двох змістових модулів розроблені завдання, тести та задачі для модульних контрольних робіт, які дозволять виявити рівень оволодіння студентами теоретичними питаннями та конкретним фактичним матеріалом. Домашня контрольна робота готується студентом до другого змістового модулю дисципліни.

Дисципліна загальним обсягом 72 годин, у тому числі: 16 год. – лекційних, 12 год. – семінарських занять, 4 год. – модульні контрольні роботи, 40 год. – самостійна робота, залік. Студентам надається список рекомендованої до вивчення літератури та перелік інформаційних ресурсів мережі Інтернет для

опрацювання. Викладання дисципліни розраховано на один семестр та завершується заліком.

Структура програми навчальної дисципліни

I. Опис предмета навчальної дисципліни

Предмет: організація книгорозповсюдження

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
<p>Кількість кредитів, відповідних ECTS – 2</p> <p>Змістових модулів – 2</p> <p>Загальний обсяг дисципліни (години) – 72</p> <p>Тижневих годин – 2</p>	<p>Галузь знань 0201 «Культура»</p> <p>Напрямок підготовки 6.020102 «Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія»</p> <p>Освітньо-кваліфікаційний рівень: «бакалавр»</p>	<p>Варіативна</p> <p>Рік підготовки: 3-й</p> <p>Семестр: 6-й</p> <p>Аудиторні заняття: 28 год., з них: лекції (теоретична підготовка) – 16 год., семінарські заняття – 12 год.</p> <p>Модульні контрольні роботи: 4 год.</p> <p>Самостійна робота: 40 год.</p> <p>Вид контролю: залік</p>

II. Тематичний план навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семінарських	Індивідуальна робота	Самостійна робота	Підсумковий контроль
Змістовий модуль 1								
Організація книгорозповсюдження та інформаційні системи								
Тема 1. Сучасна система книгорозповсюдження	6	4	2		2		2	
Тема 2. Міжнародна технологія книгорозповсюдження	10	2	2				8	
Тема 3. Інформаційні системи «Books in print», їх структура, загальна характеристика та особливості	4	4	2		2			
Тема 4. Асортиментна робота в книгорозповсюдженні	14	4	2		2		10	
<i>Модульна контрольна робота</i>	2							2
Разом за модулем 1	36	14	8		6		20	2
Змістовий модуль 2								
Технологічні та логістичні процеси в книжковій торгівлі								
Тема 5. Канали книгорозповсюдження в Україні	8	4	2		2		4	
Тема 6. Сучасний стан функціонування системи книгорозповсюдження в Україні	6	4	2		2		2	
Тема 7. Засоби рекламно-бібліографічної діяльності, які використовуються в книжковому бізнесі	18	4	2		2		14	
Тема 8. Маркетинговий менеджмент у книжковому бізнесі	2	2	2					
<i>Модульна контрольна робота</i>	2							2
Разом за модулем 2	36	14	8		6		20	2
Разом за навчальним планом	72	28	16		12		40	4

III. Програма

Змістовий модуль 1

Організація книгорозповсюдження та інформаційні системи

Лекції

Тема 1. Сучасна система книгорозповсюдження (2 год.)

Структура і зміст курсу, організація навчального процесу, міждисциплінарні зв'язки курсу.

Базові поняття: «книгорозповсюдження», «книгорозповсюджувач», «мережа книгорозповсюдження». Класифікація суб'єктів книжкової торгівлі. Поняття та функції гуртової та роздрібною торгівлі. Форми та методи книгопродажу; книготорговельні послуги, їх класифікація та призначення. Зовнішнє і внутрішнє середовище книготоргівлі. Поняття технології книгорозповсюдження (логістика, просування та продаж книжкової продукції). Процес книгопродажу. Поняття технологічного процесу книгорозповсюдження як функції маркетингової стратегії підприємства.

Підприємницька, комерційна діяльність видавництв, видавничих, книгорозповсюджувальних організацій, інших причетних до видавничої справи суб'єктів діяльності як складова видавничого бізнесу.

Семінар 1. Державне нормативно-правове регулювання книгорозповсюдження в Україні (2 год.)

Тема 2. Міжнародна технологія книгорозповсюдження (2 год.)

Міжнародний книжковий ринок. Канали книгорозповсюдження. Національні та міжнародні книжкові виставки-ярмарки. Моделі книгорозповсюдження: німецька, французька, американська. Клубне книгорозповсюдження. Книгорозповсюдження у Великобританії та у країнах Північної Європи. Зовнішня книжкова торгівля. Міжнародні контакти України в сфері книгорозповсюдження. Основні тенденції розвитку світової книготоргівлі.

Тема 3. Інформаційні системи «Books in print», їх структура, загальна характеристика та особливості (2 год.)

«Books in print» як спеціалізована система інформації про заплановані до випуску книги і книги, що знаходяться у продажу, її структура та функції. Західні системи «Books in print», особливості «Books in print» США. Національна система інформації про книжковий ринок України типу «Books in Print»: проблеми створення і підтримки. Завдання і результати реалізації проектів «Книги в продажу», «Книги України», «Книги у виробництві».

Семінар 2. Міжнародна технологія книгорозповсюдження (2 год.)

Тема 4. Асортиментна робота в книгорозповсюдженні (2 год.)

Основні процеси та засоби асортиментної роботи; принципи вивчення видавничого репертуару, попиту покупців, вподобань читачів; визначення та формування книготорговельного асортименту; джерела формування книготорговельного асортименту; видавничо-книготорговельна бібліографія, реклама книги в магазинах. Типологія асортиментного мінімуму, ядра та профілю книготорговельного підприємства. Програмне забезпечення в асортиментній роботі.

Розповсюдження видань на компакт-дисках, ринок видань на CD. Місце мультимедійних видань та аудіокниг в товарному асортименті традиційних книжкових магазинів та онлайн-магазинів. Способи представлення мультимедійних видань та аудіокниг у книжкових магазинах. Специфіка сервісу для покупців. Електронні видання в асортименті некнижкових магазинів.

Семінар 3. Напрями асортиментної роботи в книжковій торгівлі (2 год.)

Змістовий модуль 2

Технологічні та логістичні процеси в книжковій торгівлі

Тема 5. Канали книгорозповсюдження в Україні (2 год.)

Основні технології книжкової торгівлі. Функції гуртових і роздрібних книготорговельних підприємств, організаційно-правові форми книготорговельних підприємств. Невеликі незалежні книжкові магазини та книготорговельні мережі. Відкриття партнерських книжкових магазинів,

магазини «за франшизою». Види товарів, асортимент, рівень обслуговування, ціна товару.

Традиційні та нові канали розповсюдження книжкової продукції. Трирівневий канал розповсюдження книжкової продукції: видавництво – дистриб'ютор (книгорозповсюджувач) – оптова торгівля – роздрібна торгівля – споживач.

Організація та обладнання книготорговельного підприємства. Характеристика основних форм позамагазинної торгівлі та перспективи їх розвитку. Книжкові клуби та їх особливості. Телевізійна торгівля. Пряма торгівля за каталогами та прас-аркушами. Індивідуальний продаж, в т.ч. багаторівневі торговельні мережі.

Інтерактивна електронна торгівля, продаж у віртуальній реальності. Розвиток української онлайн-торгівлі книжкової продукції. Інтернет-магазини видавництв. Інтернет-магазини книготорговельних мереж. Інтернет-магазини як спосіб розвитку традиційних книжкових магазинів.

Семінар 4. Різноманітність каналів книгорозповсюдження (2 год.)

Тема 6. Сучасний стан функціонування системи книгорозповсюдження в Україні (2 год.)

Історія виникнення та сучасний стан книжкових магазинів в Україні. Діяльність регіональних книжкових мереж. Основні тенденції та перспективи розвитку українського регіонального книгорозповсюдження. Виставкова діяльність.

Трансформація функцій книжкового магазину як головного суб'єкта роздрібною торгівлі. Книжковий супермаркет як найпоширеніша форма роздрібного продажу книг – інформаційно-торговельна установа, що створює для споживачів розважально-комунікаційне середовище. Головні характеристики книжкових супермаркетів: зручність у здійсненні купівель, широкий спектр сервісу та додаткових послуг, можливість замовити літературу, консультації та рекомендації продавців, акції та дисконтні картки.

Поняття та складові процесу продажу. Методи продажу та їх класифікація. Підхід до покупця. Інформація про товар, демонстрація товару. Сервіс для покупців. Книготорговельні послуги. Правила обслуговування покупців.

Семінар 5. Розповсюдження видань на компакт-дисках, електронних книг (2 год.)

Тема 7. Засоби рекламно-бібліографічної діяльності, які використовуються в книжковому бізнесі (2 год.)

Завдання рекламно-інформаційної діяльності видавничого та книготорговельного підприємства. Засоби реклами, що використовуються у книжковій торгівлі. Особливості їх інформаційної складової.

Призначення видавничо-книготорговельної бібліографії – рекламування видавничої продукції, сприяння книгообігу, розповсюдженню та продажу видань. Видавничо-книготорговельна бібліографічна інформація в програмі книжкових ярмарків.

Семінар 6. Статистика діяльності книготорговельних підприємств (2 год.)

Тема 8. Маркетинговий менеджмент у книжковому бізнесі (2 год.)

Система маркетингової інформації в управлінні книжковим бізнесом. Державний реєстр видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції. Державний комітет статистики України. Заходи Державного комітету телебачення і радіомовлення України (Держкомтелерадіо) з розвитку книговидавничої справи та книгорозповсюдження, популяризації вітчизняної книговидавничої продукції. «Державна наукова установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова» (Книжкова палата України).

Прикладні маркетингові дослідження в книгорозповсюдженні (дослідження книжкового ринку, вивчення покупців, вивчення цін на книжкові товари, маркетингові дослідження рекламної діяльності, вивчення конкурентів). Маркетингові дослідження книжкового ринку України.

IV. Навчально-методична карта дисципліни

«Організація книгорозповсюдження»

Разом: 72 год., лекції – 16 год., семінарські заняття – 12 год., самостійна робота – 40 год., модульний контроль – 4 год.

Модуль	<i>Змістовий модуль 1</i>			
Назва модуля	Організація книгорозповсюдження та інформаційні системи			
Кількість балів за модуль	102 б.			
Лекції	Відвідування – 4 б.			
Теми лекцій	<i>Тема 1.</i> Сучасна система книгорозповсюдження (1 б.)	<i>Тема 2.</i> Міжнародна технологія книгорозповсюдження (1 б.)	<i>Тема 3.</i> Інформаційні системи «Books in print», їх структура, загальна характеристика та особливості (1 б.)	<i>Тема 4.</i> Асортиментна робота в книгорозповсюдженні (1 б.)
Теми семінарських занять (СЗ)	<i>Семінар 1.</i> Державне нормативно-правове регулювання книгорозповсюдження в Україні – 1+10 б.		<i>Семінар 2.</i> Міжнародна технологія книгорозповсюдження – 1+10 б.	<i>Семінар 3.</i> Напрями асортиментної роботи в книжковій торгівлі – 1+10 б.
Самостійна робота (СР)	5x8=40 б.			
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.			
Модуль	<i>Змістовий модуль 2</i>			
Назва модуля	Технологічні та логістичні процеси в книжковій торгівлі			
Кількість балів за модуль	112 б.			
Лекції	Відвідування – 4 б.			
Теми лекцій	<i>Тема 5.</i> Канали книгорозповсюдження в Україні (1 б.)	<i>Тема 6.</i> Сучасний стан функціонування системи книгорозповсюдження в Україні (1 б.)	<i>Тема 7.</i> Засоби рекламно-бібліографічної діяльності, які використовуються в книжковому бізнесі (1 б.)	<i>Тема 8.</i> Маркетинговий менеджмент у книжковому бізнесі (1 б.)
Теми семінарських занять (СЗ)	<i>Семінар 4.</i> Різноманітність каналів книгорозповсюдження – 1+10 б.	<i>Семінар 5.</i> Розповсюдження видань на компакт-дисках, електронних книг – 1+10 б.	<i>Семінар 6.</i> Статистика діяльності книготорговельних підприємств – 1+10 б.	

Самостійна робота (СР)	5x10=50 б.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 2 – 25 б.
Підсумковий контроль	Залік за результатами двох модулів

V. Плани семінарських занять

Змістовий модуль 1

Організація книгорозповсюдження та інформаційні системи

Семінар 1. Державне нормативно-правове регулювання

книгорозповсюдження в Україні (2 год.)

1. Закони України.
2. Постанови Верховної Ради України.
3. Постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України.
4. Кодекси України.
5. Накази та рішення Держкомтелерадіо України.

Базова література: 3, 4, 5, 7, 8, 14

Додаткова література: 1, 2, 12, 13

Семінар 2. Міжнародна технологія книгорозповсюдження (2 год.)

1. Придбання прав.
2. Принципи ціноутворення.
3. Електронна книжкова торгівля.
4. Міжнародні книжкові виставки-ярмарки.
5. Незалежне книгорозповсюдження.

Базова література: 16, 25, 28, 35, 47

Додаткова література: 20, 44

Інформаційні ресурси: 3, 6

Семінар 3. Напрями асортиментної роботи в книжковій торгівлі (2 год.)

1. Види товару; книготорговий асортимент; рівень сервісу, ціна товару.
2. Традиційні та нові канали розповсюдження книжкової продукції.
3. Принципи формування асортименту книжкового магазину.
4. Ринкова вартість книг.
5. Формування асортименту гуртових та роздрібних каналів розповсюдження видавничої продукції.
6. Асортимент регіональних книготорговельних підприємств.

Базова література: 18, 19, 20

Додаткова література: 28, 33, 37, 43

Змістовий модуль 2

Технологічні та логістичні процеси в книжковій торгівлі

Семінар 4. Різноманітність каналів книгрозповсюдження (2 год.)

1. Книжковий ринок України.
2. Основні технології книжкової торгівлі.
3. Організаційно-правові форми книготорговельних підприємств.
4. Диференціація суб'єктів книготорговельного бізнесу.

Базова література: 8, 9, 11, 15, 16

Додаткова література: 3, 4, 7, 23, 26, 30

Семінар 5. Розповсюдження видань на компакт-дисках, електронних книг (2 год.)

1. Місце аудіокниг в асортименті книжкових магазинів.
2. Мультимедійні видання в книжковому магазині: місце в асортименті, товарна викладка, специфіка сервісу покупців.
3. Мультимедійні видання в асортименті віртуальних книжкових магазинів.
4. Електронні книги в асортименті онлайн магазинів, зорієнтованих на торгівлю друкованими книгами.
5. Специфіка визначення ціни на електронне видання.
6. Міжнародний ринок електронних книг.

Базова література: 17, 20

Додаткова література: 28, 33, 43

Семінар 6. Статистика діяльності книготорговельних підприємств (2 год.)

1. Предмет, методи і завдання статистики книжкової торгівлі.
2. Статистика товарообігу, товарних запасів.
3. Статистика праці і заробітної плати, матеріально-технічної бази.
4. Статистика поточних витрат, фінансових результатів діяльності.

Базова література: 19, 20, 22

Додаткова література: 29, 30, 31, 38, 41

VI. Завдання для самостійної роботи

Змістовий модуль 1

Організація книгорозповсюдження та інформаційні системи (20 год.)

1. Письмовий колоквиум – 2 год.

Методика виконання: використовуючи тексти Законів України «Про обов'язковий примірник документів» та «Про видавничу справу» і попередньо з ними ознайомившись, студенти мають дати письмову відповідь на один з пропонованих варіантів, які складаються з 2 питань, з обов'язковим посиланням на розділ, статтю, параграф (за наявності) відповідного закону.

Варіант 1.

1. Дайте визначення термінів: «обов'язковий примірник документів», «система обов'язкового примірника документів».
2. Розкрийте основні права та обов'язки замовника видавничої продукції.

Варіант 2.

1. Дайте визначення термінів: «документ», «тиражований документ», «патентні документи».
2. Сформулюйте права видавця.

Варіант 3.

1. Дайте визначення термінів: «виробник документів», «одержувач обов'язкового примірника документів».
2. Розкрийте основні права та обов'язки виготовлювача видавничої продукції.

Варіант 4.

1. Що є національним інформаційним фондом України?
2. Що Ви знаєте про об'єкт видавничої справи?

Варіант 5.

1. Сформулюйте основні завдання Закону України «Про обов'язковий примірник документів».
2. Що Ви знаєте про вихідні відомості видання та їх елементи?

Варіант 6.

1. На які відносини поширюється дія Закону України «Про обов'язковий примірник документів»?
2. Дайте визначення термінів: «виготовлювач видавничої продукції», «споживач видавничої продукції». Що Ви знаєте про розповсюдження видавничої продукції?

Варіант 7.

1. На які відносини не поширюється Закон України «Про обов'язковий примірник документів»?
2. Книжкова палата України та напрямки її діяльності за Законом України «Про видавничу справу».

Варіант 8.

1. Хто є суб'єктами відносин, що виникають у процесі функціонування системи обов'язкового примірника документів?
2. Розкрийте права та обов'язки розповсюджувача видавничої продукції.

Варіант 9.

1. Що є об'єктом відносин, що виникають у процесі функціонування системи обов'язкового примірника документів?
2. Що Ви знаєте про обмеження права у видавничій справі?

Варіант 10.

1. Які існують види обов'язкового примірника документів?
2. Міжнародне співробітництво у видавничій справі.

Варіант 11.

1. Куди доставляють обов'язковий безоплатний примірник видань виробники документів?
2. За яких обставин припиняється діяльність у видавничій справі?

Варіант 12.

1. Яким чином встановлюється порядок доставляння обов'язкового примірника документів? Куди доставляють обов'язковий безоплатний примірник патентних документів?
2. Обов'язковий примірник видань за Законом України «Про видавничу справу». Сформулюйте права споживача. Що Ви знаєте про відповідальність суб'єкта видавничої справи?

Варіант 13.

1. Куди доставляють обов'язковий безоплатний примірник аудіо-, візуальної, аудіовізуальної продукції?
2. Сформулюйте обов'язки видавця.

Варіант 14.

1. Куди доставляють обов'язкові безоплатні примірники нормативно-правових актів, видань для сліпих та малотиражних документів?
2. Зміни в Державному реєстрі. Дайте визначення термінів: «видавнича продукція», «видання». Що є основною структурною ланкою у видавничій справі?

Варіант 15.

1. Вкажіть термін надсилання обов'язкового безоплатного примірника видань, патентних документів, нормативно-правових актів, видань для сліпих, малотиражних документів.
2. Дайте визначення термінів: «видавнича організація», «розповсюджувач видавничої продукції». Гарантії прав видавництв і видавничих організацій. Що Ви знаєте про реєстраційний збір?

Варіант 16.

1. Вкажіть термін надсилання обов'язкового примірника документів, і якого саме, до державного фонду фільмів.

2. Дайте визначення термінів: «автор», «видавництво», «наклад». За яких обставин суб'єктам видавничої справи відмовляють у внесенні до Державного реєстру? Фонди підтримки і розвитку видавничої справи.

Варіант 17.

1. Вкажіть термін надсилання обов'язкового примірника документів, і якого саме, до Центрального державного кінофотофоноархіву України.
2. Дайте визначення термінів: «замовник», «міжнародний стандартний номер книги». Що Ви знаєте про законодавство у сфері видавничої справи? Які використовуються організаційно-правові форми у видавничій справі?

Варіант 18.

1. Сформулюйте права виробників документів.
2. Дайте визначення термінів: «видавець», «державна тематична програма». Мова у видавничій справі.

Варіант 19.

1. Сформулюйте обов'язки одержувачів документів щодо їх зберігання.
2. Які відомості зазначаються у заяві про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру України?

Варіант 20.

1. Сформулюйте обов'язки одержувачів документів щодо їх використання.
2. Що Ви знаєте про Державний реєстр України видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції?

Варіант 21.

1. Сформулюйте права одержувачів документів.
2. Дайте визначення терміна – «суспільно необхідні видання». Засновник у видавничій справі.

Варіант 22.

1. Що Ви знаєте про доставляння обов'язкового примірника документів іноземним державам?
2. Хто є суб'єктами видавничої справи?

Варіант 23.

1. Хто здійснює контроль за своєчасним доставлянням обов'язкового примірника документів? Дайте визначення терміна «одержувач документів».
2. Розкрийте особливості приватизації у видавничій справі.

Варіант 24.

1. Як і ким (дайте визначення терміна) здійснюється репрографічне відтворення обов'язкового примірника документів?
2. Що Ви знаєте про державну підтримку у видавничій справі?

Варіант 25.

1. Що Ви знаєте про відповідальність за порушення законодавства про обов'язковий примірник документів? Як і ким компенсуються одержувачам документів витрати, пов'язані з придбанням документів?

2. Розкрийте суть державної політики у видавничій справі.

Варіант 26.

1. Як доставляється обов'язковий примірник документів, виготовлених юридичними або фізичними особами України за її межами?
2. Сформулюйте мету видавничої справи.

Варіант 27.

1. На підставі чого одержувачам документів (дайте також визначення цього терміна) доставляється обов'язковий платний примірник документів?
2. Дайте визначення видавничої справи та її складових частин.

2. Подати загальну характеристику книгарень та книготорговельних мереж в різних регіонах України (за місцем постійного проживання студента).

Результати представити в таблиці – 8 год.

	Характеристика	Коментар (особисті враження, пропозиції)
Назва, період виникнення та форма власності, веб-сайт		
Кількість точок та працюючих		
Спеціалізація та канали розповсюдження		
Розміщення товару		
Книготорговельне обладнання		
Способи представлення товару		
Обслуговування покупців		

3. Творче завдання: «Порівняльний аналіз діяльності книжкових інтернет-магазинів» – 10 год.

Вивчити стан і тенденції розвитку книжкової торгівлі в середовищі Інтернет на основі публікацій у фаховій періодиці та самостійного відвідування веб-сайтів видавничих і книготорговельних організацій.

Здійснити порівняльний аналіз діяльності декількох книжкових інтернет-магазинів. При цьому слід звернути увагу на такі питання:

1. Назва, адреса і структура веб-сайту, характеристика основних інформаційних блоків (сторінок).

2. Продукція яких виробників документів представлена, які інформаційні та торговельні послуги надає магазин?

3. У якому вигляді подано інформацію про товарний асортимент? Які основні розділи електронного каталогу?

4. Яким чином здійснюється замовлення, оплата і отримання товару? Чи існує система знижок?

5. Які рекламно-інформаційні засоби застосовуються для заохочення користувачів Інтернету відвідати даний магазин?

6. З якою періодичністю оновлюється інформація на веб-сайті?

Крім цього, студент має викласти власні узагальнення щодо сучасного стану і перспектив розвитку книжкової інтернет-торгівлі в Україні.

Змістовий модуль 2

Технологічні та логістичні процеси в книжковій торгівлі (20 год.)

1. Подати класифікацію форм роздрібно-книготорговельної мережі. Результати представити в таблиці – 2 год.

Стаціонарна	Напівстаціонарна	Пересувна	Дистанційна

2. Подати класифікацію методів роздрібного продажу видань. Результати представити в таблиці – 2 год.

Традиційні	Ефективні	Прогресивні

3. Практична робота: «Методика аналізу видавничо-книготорговельних бібліографічних посібників» – 2 год.

Мета: закріплення теоретичних знань про види видавничо-книготорговельної бібліографічної продукції.

Завдання: проаналізувати бібліографічні посібники за нижченаведеною схемою.

*Схема багатоаспектного аналізу
бібліографічного посібника*

1. Повний бібліографічний опис.
2. Жанр бібліографічного посібника:
 - 2.1. Анотований тематичний план випуску літератури
 - 2.2. Бланк для замовлень
 - 2.3. Бібліографічний бюлетень
 - 2.4. Бібліографічний список («Календар новинок»)
 - 2.5. Каталог
 - 2.6. Проспект
 - 2.7. Буклет
 - 2.8. Листівка
 - 2.9. Прайс-аркуш
 - 2.10. Оголошення (список, огляд) в періодичній пресі
3. Вид бібліографічного посібника за суспільним призначенням:
 - 3.1. Державний
 - 3.2. Видавничий
 - 3.3. Книготорговельний
 - 3.4. Видавничо-книготорговельний
4. Вид бібліографічного посібника за особливостями об'єкта бібліографування:
 - 4.1. За тематико-галузевим змістом документів:
 - 4.1.1. Універсальний
 - 4.1.2. Багатогалузевий
 - 4.1.3. Галузевий
 - 4.1.4. Тематичний
 - 4.2. За часом видання документів:
 - 4.2.1. Ретроспективний
 - 4.2.2. Поточний
 - 4.2.3. Перспективний
 - 4.3. За місцем видання документів:
 - 4.3.1. Міжнародний
 - 4.3.2. Загальнодержавний
 - 4.3.3. Місцевого друку
 - 4.4. За мовою документів:
 - 4.4.1. Мономовний

4.4.2. Полімовний

5. Вид бібліографічного посібника за особливостями методів бібліографування:

5.1. За способом бібліографічної характеристики:

5.1.1. Сигнальний

5.1.2. Анотований

5.1.3. Реферативний

5.1.4. Оглядовий

5.2. За способом бібліографічного групування:

5.2.1. Алфавітний

5.2.2. Хронологічний

5.2.3. За жанрами видань

5.2.4. Систематичний

5.2.5. Тематичний

6. Форма бібліографічного посібника:

6.1. Рукописний (машинописний)

6.2. Бібліографічне видання:

6.2.1. Неперіодичне

6.2.1.1. Книга

6.2.1.2. Брошура

6.2.1.3. Аркушівка

6.2.2. Періодичне

6.2.2.1. Бюлетень

6.2.2.3. Журнал

6.2.2.4. Газета

6.3. Несамостійна видавнича форма:

6.3.1. Внутрішньожурнальна

6.3.2. Внутрішньогазетна

6.3.3. Внутрішньокнижкова

4. Контрольна робота: «Аналіз засобів рекламно-інформаційної діяльності у видавничій справі та книжковій торгівлі» – 14 год.

Мета: вивчити і проаналізувати засоби рекламно-інформаційної діяльності, що застосовуються видавництвами та книжковими магазинами.

Завдання: розшукати, проаналізувати та навести приклади окремих форм рекламно-інформаційної діяльності, вказаних у переліку. Зробити самостійні висновки стосовно використання форм рекламно-інформаційної діяльності видавництвами і книжковими магазинами.

1. Друковані рекламні видання

(приклад видання або його характеристика з наведенням бібліографічного опису)

1.1. Каталог (проспект, буклет)

1.2. Листівка (плакат, закладка для книг, календарне видання)

2. Рекламні звертання у пресі

(приклад видання або ксерокопія з обов'язковим наведенням бібліографічного опису)

2.1. Рекламне оголошення видавництва

2.2. Рекламне оголошення книжкового магазину

2.3. Стаття (репортаж, інтерв'ю, презентація, рецензія)

3. Реклама по радіо або телебаченню

3.1. Рекламне оголошення (непряма реклама) – вказати програму та схарактеризувати особливості оголошення.

4. Зовнішня реклама

4.1. Рекламний щит (афіша, плакат, оформлення вітрини магазину) – вказати місцезнаходження та особливості оформлення.

5. Масові рекламні-інформаційні заходи

5.1. Дні відкритих дверей (дні (тижні, декади) книги, читацькі конференції, літературні вечори, зустрічі з видавництвами, авторами, презентації, прес-конференції, конкурси, фестивалі тощо) – вказати час і місце проведення, схарактеризувати програму та особливості проведення.

5.2. Реклама на місцях продажу і на виставках (VI міжнародний фестиваль «Книжковий Арсенал» (20–24 квітня 2016 р.) до Всесвітнього дня книги і авторського права).

Карту самостійної роботи, де визначено форми академічного контролю, успішність (бали) і термін виконання самостійної роботи студентами, подано у вигляді табл. 6.1.

Таблиця 6.1

Карта самостійної роботи студента

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
Змістовий модуль 1			
Організація книготорговельних мереж та інформаційні системи			
1. Письмовий колоквіум – 2 год.	Семінарські заняття, модульний контроль, залік	5x2=10	
2. Подати загальну характеристику книгарень та книготорговельних мереж в різних регіонах України. Результати представити в таблиці – 8 год.		5x2=10	
3. Творче завдання: «Порівняльний аналіз діяльності книжкових інтернет-магазинів» – 10 год.		5x4=20	

Змістовий модуль 2			
Технологічні та логістичні процеси в книжковій торгівлі			
1. Подати класифікацію форм роздрібно-книготорговельної мережі. Результати представити в таблиці – 2 год.	Семінарські заняття, модульний контроль, залік	5	
2. Подати класифікацію методів роздрібного продажу видань. Результати представити в таблиці – 2 год.		5	
3. Практична робота: «Методика аналізу видавничо-книготорговельних бібліографічних посібників» – 2 год.		5x2=10	
4. Контрольна робота: «Аналіз засобів рекламно-інформаційної діяльності у видавничій справі та книжковій торгівлі» – 14 год.		5x6=30	
Разом: 40 год.		90 балів	

VII. Система поточного та підсумкового контролю

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Організація книготорговельної мережі» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок переведення рейтингових показників успішності подано у табл. 7.1, табл. 7.2.

Таблиця 7.1

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

№ з/п	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1	Відвідування лекцій	1	8	8
2	Відвідування (семінарських) занять	1	6	6
3	Виконання завдання для самостійної роботи (домашнього завдання)	5	18	90
4	Робота на семінарському занятті	10	6	60
5	Модульна контрольна робота	25	2	50
Максимальна кількість балів – 214				

Розрахунок: $214:100=2,1$

Студент набрав: 200 балів
Оцінка: $200:2,1 = 95$ (бали за семестр)

Методи контролю

Перевірка й оцінювання знань студентів здійснюється методами контролю та самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності (методи усного, письмового, практичного контролю та методи самоконтролю). Об'єктами контролю є систематичність, активність і результативність роботи студента впродовж семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни в межах аудиторних занять, а також виконання завдань для самостійного опрацювання.

Поточний контроль здійснюється під час проведення семінарських занять, він має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи.

Оцінювання самостійної роботи й активності на семінарських заняттях 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.

Модульний контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Тестові завдання та задачі для проміжного контролю знань студентів охоплюють теми, які вивчаються в межах окремих модулів. Формат тестових завдань передбачає завдання закритої форми із запропонованими

відповідями; різного рівня складності (перший – потрібно вибрати один з варіантів відповідей, другий – потрібно вибрати правильний або найповніший варіант відповіді, третій (для задач) – потрібно виконати необхідні розрахунки, сформулювати висновки чи рекомендації).

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт (тестів, задач) до змістових модулів 1, 2 здійснюється з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на семінарських заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

Підсумковий контроль знань передбачений у формі заліку, проводиться з метою оцінювання результатів навчання після закінчення вивчення дисципліни.

Таблиця 7.2

Порядок переведення рейтингових показників успішності

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100 балів	Відмінно — відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу з, можливими, незначними недоліками
B	82-89 балів	Дуже добре — достатньо високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу без суттєвих грубих помилок
C	75-81 балів	Добре — в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок

D	69-74 балів	Задовільно — посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
E	60-68 балів	Достатньо — мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання — незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу — досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

A (90–100) – відмінно – студент виявляє особливі творчі здібності, демонструє глибокі знання навчального матеріалу, що міститься в основних і додаткових рекомендованих джерелах; уміння аналізувати явища, які вивчаються, у їхньому взаємозв'язку та розвитку, чітко й лаконічно, логічно та послідовно відповідати на поставлені запитання; демонструє вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних задач; переконливо аргументує відповіді.

B (82–89) – дуже добре – студент демонструє міцні ґрунтовні знання навчального матеріалу; вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, застосовує його на практиці; вільно виконує практичні та творчі завдання, розв'язує задачі; самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна.

C (75–81) – добре – студент має міцні знання навчального матеріалу; уміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача; у цілому самостійно застосовувати їх на практиці; виправляти допущені помилки, серед яких є суттєві, добирати аргументи на підтвердження своїх думок.

D (69–74) – задовільно – студент відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання та розуміння основних положень, але його знання мають загальний характер; має труднощі з наведенням прикладів при поясненні

явищ і закономірностей; з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, серед яких значна кількість суттєвих.

E (60–68) – достатньо – студент володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні; його знання мають фрагментарний характер, має труднощі з наведенням прикладів при поясненні явищ і закономірностей; допускає суттєві помилки.

FХ (35–59) – незадовільно з можливістю повторного складання – студент володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу; не володіє термінологією, оскільки понятійний апарат не сформований; не вміє застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних задач; допускає значні помилки.

F (1–34) – (незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу) – студент володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання та відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів; повністю не знає матеріал, не працював в аудиторії з викладачем або самостійно.

VIII. Методи навчання

Основними організаційними формами навчального процесу з дисципліни «Організація книгорозповсюдження» є лекції, семінарські заняття, самостійна робота студентів, заходи з контролю знань студентів.

Для активізації процесу навчання при викладенні змісту дисципліни використовуються різноманітні методи навчання, а саме: методи стимулювання та мотивації навчально-пізнавальної діяльності; методи організації й здійснення навчально-пізнавальної діяльності; методи навчання за джерелом знань (словесні, наочні, практичні).

Зокрема, студенти отримують необхідні з курсу відомості на *проблемних лекціях*, спрямованих на розвиток логічного мислення студентів. Під час таких форм роботи ознайомлення з темою відбувається шляхом акцентування лектором уваги на проблемних питаннях; увага студентів концентрується на

матеріалі, що не знайшов відображення в підручниках; розглядаються різні концептуальні підходи до проблеми.

Робота в малих групах дає змогу структурувати семінарські заняття за формою й змістом, створює можливості колективного вирішення проблем, забезпечує формування особистісних якостей і досвіду соціального спілкування.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками учасників з приводу проблемних питань; сприяють розвитку критичного мислення студентів, виробленню вміння аргументувати власну думку; вчать оцінювати пропозиції співрозмовників, критично підходити до власних поглядів.

Кейс-метод – метод аналізу конкретних ситуацій – дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціаліста та передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків у процесі опанування навчального матеріалу.

Презентації використовують для демонстрації аудиторії результатів роботи малих груп, звітів про виконання самостійної роботи тощо.

Банк візуального супроводження сприяє активізації творчого сприйняття змісту дисципліни за допомогою наочності. Лекції та семінарські заняття забезпечуються відповідними мультимедійними презентаціями; забезпечується доступ студентів до комп'ютерної техніки та Інтернету.

ІХ. Методичне забезпечення курсу

- ✓ опорні конспекти лекцій; електронні варіанти підручників, навчальних посібників;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект завдань для модульних контрольних робіт);
- ✓ тести;
- ✓ задачі.

Х. Завдання для модульних контрольних робіт

Змістовий модуль 1

Організація книгорозповсюдження та інформаційні системи

1. Предмет, мета і завдання навчальної дисципліни «Організація книгорозповсюдження».
2. Підприємства книжкової торгівлі як посередник між виробником друкованої продукції та споживачем.
3. Проблеми взаємодії суб'єктів книжкового ринку в єдиному інформаційному просторі.
4. Державне нормативно-правове регулювання книжкової торгівлі України.
5. Система оподаткування книготорговельної галузі.
6. Нормативно-правові документи, регулюючі книжкову торгівлю.
7. Порядок розповсюдження друкованої продукції.
8. Форми книжкової торгівлі.
9. Суб'єкти книготорговельного ринку.
10. Особливості розповсюдження окремих видів друкованої продукції.
11. Книготорговці та бібліотеки: особливості взаємодії та співробітництва в сучасних умовах.
12. Канали отримання інформації про книги.
13. Інформаційне забезпечення книжкового ринку на сучасному етапі.
14. Інформаційна система "Books in print".
15. Бібліографічне забезпечення книжкової галузі. Система видавничо-книготорговельних бібліографічних посібників.
16. Перспективи розвитку книжкової торгівлі в Україні.
17. Організація та управління книжковою торгівлею за кордоном.
18. Гуртова книжкова торгівля за кордоном.
19. Роздрібна книжкова торгівля за кордоном.
20. Міжнародне співробітництво в системі книгорозповсюдження.

Змістовий модуль 2

Технологічні та логістичні процеси в книжковій торгівлі

1. Структура книжкової торгівлі України в ринкових умовах.
2. Методи реалізації книжкової продукції в нових умовах.
3. Основні напрями книгорозповсюдження в Україні.
4. Нетрадиційні способи просування книжкової продукції.
5. Організація та управління товарообігом книготорговельного підприємства.
6. Економічний аналіз підприємства книжкової торгівлі.
7. Організація букіністичної торгівлі.
8. Організація і технологія гуртової книжкової торгівлі.
9. Книжкові ярмарки та виставки.
10. Маркетинг в оптовій книжковій торгівлі.

11. Дилери та дистриб'ютори на ринку розповсюдження книжкової продукції.
12. Організація і технологія роздрібно-торговельної мережі.
13. Форми і методи роздрібного продажу.
14. Книжковий магазин – найпоширеніша форма організації книжкової торгівлі.
15. Фактори конкурентоспроможності сучасного книжкового магазину.
16. Дистанційні форми книжкової торгівлі. Книжкові магазини в Інтернет. Книга-поштою.
17. Прямий продаж книжкової продукції. Вплив на покупця як метод стимулювання збуту.
18. Книжковий маркетинг в роздрібній торгівлі.
19. Логістика в організації книжкової торгівлі.
20. Технологія та правила розповсюдження періодичних друкованих видань.

XI. Тести

Змістовий модуль 1

Організація книготорговельної та інформаційної системи

1. Згідно з системним підходом видавничо-книготорговельної організації (ВКО) – це:
 - а) закрита система, яка має жорсткі фіксовані межі;
 - б) відкрита система, що взаємодіє з навколишнім середовищем;
 - в) органічна система, оскільки основним її елементом є люди.

2. Внутрішнє середовище організацій ВКО включає такі елементи:
 - а) власники, менеджери, співробітники;
 - б) система комунікацій, управління персоналом і представниками навколишнього середовища, фірмова поведінка;
 - в) організаційна форма і структура організації, люди, соціально-психологічний клімат, цілі, завдання, технологія;
 - г) покупці, постачальники, посередники, потенційна робоча сила, маркетингові інструменти.

3. Вкажіть, яка категорія водночас виступає внутрішньою змінною організації і відноситься до факторів зовнішнього середовища:
 - а) споживачі;
 - б) податкова система держави;
 - в) технологія;
 - г) конкуренти.

4. Конкурентоспроможність підприємства – це:

- а) здатність досягати конкурентних переваг над іншими підприємствами на конкретному ринку;
- б) відносна інтегральна характеристика, що відображає відмінність підприємства від підприємств-конкурентів;
- в) конкурентне середовище, в якому діє підприємство;
- г) здатність задовольняти потреби покупців, формування асортименту.

5. Який бібліографічний посібник призначений на допомогу книгообігу, для інформування про продукцію видавництва та асортимент книгарень?

- а) державний;
- б) рекомендаційний;
- в) видавничо-книготорговельний.

6. Вкажіть, яка основна мета книготорговельної реклами:

- а) підвищення інтересу;
- б) продаж книжок або періодики;
- в) підтримка позиції компанії з політичного питання.

7. Однією з найбажаніших для споживачів характеристик елементів комплексу маркетингових комунікацій є їх достовірність, яка перш за все властива:

- а) рекламі;
- б) пропаганді;
- в) персональному продажу;
- г) все перераховане вище правильне.

8. Що означає комплексний підхід до розв'язання проблем книготорговельного підприємства у контексті його маркетингової діяльності?

- а) поєднання цілей підприємства з цілями наявних і потенційних споживачів;
- б) узгодження мети підприємства з витратами на маркетингові операції;
- в) визначення мети підприємства відповідно до його ресурсів і можливостей;
- г) використання повного комплексу маркетингових операцій для освоєння відповідної ніші товарного ринку.

9. Основна маркетингова функція фірм видавничо-книготорговельної сфери полягає у:

- а) виданні та продажу друкованої продукції відповідно до попиту населення;
- б) створенні матеріальних благ суспільства;
- в) утворенні робочих місць та забезпеченні зайнятості населення;

г) реалізації задекларованої програми.

10. Якими видами діяльності забезпечується виконання такої функції маркетингу, як планування асортименту видавничо-книготорговельної фірми?

- а) визначенням асортименту видань, доцільності його розширення (вгору, вниз);
- б) пропонуванням нових видань або модифікацією наявних;
- в) формуванням асортименту видавничого репертуару, що за характеристиками відповідали б сподіванням, очікуванням покупців;
- в) всі відповіді правильні.

Змістовий модуль 2

Технологічні та логістичні процеси в книжковій торгівлі

1. За організаційно-правовими формами господарювання ВКО поділяються на:

- а) приватні, колективні, державні (у тому числі загальнодержавні та комунальні), організації, власниками яких є інші держави;
- б) видавництва, гуртові, книготоргові;
- в) великі, середні, малі;
- г) мережеві книгарні.

2. Об'єктивні причини виникнення кризи у ВКО пов'язані з *(вибрати найповніший варіант відповіді)*:

- а) помилками і волюнтаризмом в управлінні;
- б) лише катаклізмами природного характеру;
- в) ризиковою стратегією маркетингу, внутрішніми конфліктами, недоліками в організації;
- г) циклічними потребами модернізації і реструктуризації, а також з несприятливими впливами зовнішнього середовища організацій.

3. Гуртову ціну використовують у розрахунках між підприємством-виробником продукції та іншими підприємствами-споживачами:

- а) так; б) ні.

4. Реалізуючи продукцію торговельним або іншим підприємствам, збутові організації використовують гуртові ціни підприємства:

- а) так; б) ні.

5. Розрахунок планового обсягу виручки від реалізації виконують гуртовими цінами без ПДВ і акцизного податку:

- а) так; б) ні.

6. Прибуток як об'єкт оподаткування – це різниця між доходами і собівартістю продукції:

а) так; б) ні.

7. Прибуток у класичному розумінні – це різниця між ціною товару і його собівартістю:

а) так; б) ні.

8. Виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) залежить від:

- а) кількості та якості продукції, що підлягає реалізації;
- б) асортименту продукції;
- в) рівня реалізаційних цін;
- г) всі відповіді правильні;
- д) немає правильної відповіді.

9. Вільні ціни – це ціни, які:

- а) держава встановлює переважно на послуги першої необхідності та на товари, які монопольно виготовляє;
- б) встановлюють регулюванням рівня рентабельності товарів першої необхідності;
- в) склалися на ринку під впливом попиту і пропозиції за домовленістю сторін (постачальників і споживачів);
- г) немає правильної відповіді.

10. Імідж організації – це:

- а) враження, яке складається (формується) у клієнтів (покупців), підприємців, громадськості, комерційних контрагентів від товару структури, що виготовляє і реалізовує цей товар;
- б) передбачуване підвищення прибутковості фірми порівняно з аналогічними фірмами;
- в) вид діяльності, яким займається певний суб'єкт господарювання, відображений у його установчих документах;
- г) статус підприємства, який визначається, регламентується і гарантується державним законодавством.

ХІІ. Задачі

Змістовий модуль 1

Організація книгорозповсюдження та інформаційні системи

1. За даними, наведеними у таблиці, визначити обсяг реалізації роздрібного товарообігу по кожній товарній групі, використовуючи формулу товарного балансу

$$З_{п.п} + Н = Р + В + З_{к.п.},$$

де $З_{п.п}$ – запаси на початок періоду; $Н$ – надходження товарів; $Р$ – реалізація; $В$ – втрати товару; $З_{к.п.}$ – запаси товару на кінець періоду. Звідси

$$Р = З_{п.п} + Н - В - З_{к.п.}$$

Вид товару	Товарні запаси на початок кварталу	Надходження товарів за квартал	Товарні втрати за квартал	Товарні запаси на кінець кварталу
	тис. грн.			
I	10,0	150,0	1,0	24,0
II	8,0	226,0	2,5	12,0
III	15,0	148,0	0,3	22,0
IV	23,0	52,0	0,0	16,0
Разом	56,0	576,0	3,8	74,0

Результати розрахунків подати у вигляді таблиці.

Результати розрахунків

Вид товару	Реалізація, тис. грн.
I	
II	
III	
IV	
Разом	

Змістовий модуль 2

Технологічні та логістичні процеси в книжковій торгівлі

1. Дані за балансом, звітом про фінансові результати та податковою декларацією з податку на прибуток книготорговельного підприємства на звітну дату: реалізовано товарів – 170,0 тис. грн.; собівартість реалізованих товарів – 102,0 тис. грн.; адміністративні витрати – 21,0 тис. грн.; витрати на збут – 25,0 тис. грн.; інші операційні витрати – 5,0 тис. грн.; витрати на сплату за користування короткостроковою позикою банку – 1,3 тис. грн.

Визначити чистий дохід, валовий прибуток, фінансовий результат від операційної діяльності, фінансовий результат до оподаткування, чистий прибуток, рівень торгової націнки, результати подати у вигляді таблиці.

Результати розрахунків

Статистика фінансових результатів діяльності	Методика розв'язання задачі	Шлях розв'язання, результат, тис. грн.
Чистий дохід	Різниця між доходом від реалізації товарів та сумою ПДВ	
Валовий прибуток	Різниця між чистим доходом та собівартістю реалізованих товарів	
Фінансовий результат від операційної діяльності	Сума валового прибутку та інших операційних доходів, зменшена на величину адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат	

Фінансовий результат до оподаткування	Сума фінансових результатів від операційної діяльності, доходу від участі в капіталі, інших фінансових доходів, інших доходів, зменшена на величину фінансових витрат, витрат від участі в капіталі, інших витрат	
Чистий прибуток	Різниця між фінансовими результатами від звичайної діяльності до оподаткування та податком на прибуток (діюча ставка – 18%)	
Рівень торгової націнки	$P_n = \frac{TQ}{C} * 100 - 100$	%

ХІІІ. Рекомендована література ***Нормативно-правові документи***

1. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
3. Про видавничу справу [Електронний ресурс] : Закон України від 05.06.97 р. № 318/97-ВР. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/318/97-ВР>.
4. Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 06.03.2003 р. № 601-IV. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/601-15>.
5. Про обов'язковий примірник документів [Електронний ресурс] : Закон України від 09.04.99 р. № 595-XIV. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/595-14>.
6. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Законодавче забезпечення розвитку інформаційного суспільства в Україні» [Електронний ресурс] : Постанова ВРУ від 03.07.2014 р. № 1565-VII. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1565-18>.
7. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Проблеми розвитку українського книговидавництва, книгорозповсюдження та перспективи підтримки книгочитання в Україні» [Електронний ресурс] : Постанова ВРУ від 19.11.2013 р. № 695-VII. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/695-18>.
8. Положення про Міжвідомчу комісію з питань сприяння розвитку вітчизняного книговидання та книгорозповсюдження [Електронний ресурс] : Постанова КМУ від 07.08.2013 р. № 524. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/524-2013-п>.

9. Порядок формування державного замовлення на випуск видавничої продукції та її розповсюдження [Електронний ресурс] : Постанова КМУ від 12.11.2012 р. № 850 . – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/850-2012-п>.
10. Про зміну складу Міжвідомчої комісії з питань сприяння розвитку вітчизняного книговидання та книгорозповсюдження : розпорядж. КМУ від 26.11.2014 р. № 1172-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1172-2014-р>.
11. Наказ/Порядок реалізації бюджетної програми «Випуск книжкової продукції за програмою «Українська книга» [Електронний ресурс] : Наказ Держкомтелерадіо України 28.11.2012 р. № 313. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z2087-12#n16>.
12. Законодавчі та нормативні документи у сфері видавничої та бібліотечної справи [Текст] : темат. добірка. – Київ : Кн. палата України, 2011. – 398 с.
13. Правові та нормативні документи з видавничої справи [Текст] : темат. добірка / уклад. Г. М. Плиса. – Київ : Кн. палата України, 2012. – 56 с.

Основна

14. Абетка соціальних комунікацій [Текст] : довідник / уклад. Г. В. Горбенко; за наук. ред. Л. Г. Масімової. – Київ : Жнець, 2014. – 152 с.
15. Афонін О. В. Українська книга в контексті світового книговидання [Текст] / О. В. Афонін, М. І. Сенченко. – Київ : Кн. палата України, 2009. – 277 с.
16. Володарчик Я. Маркетинг у видавничій справі – фантазія чи дійсність? [Текст] / Яцек Влодарчик ; пер. з пол. О. Гірний. – Львів : Кальварія, 2002. – 143 с. : рис.
17. Електронні книжки та електронні читанки (рідери) в бібліотеці: з чого почати? [Текст] / уклад.: Пашкова В. С., Ярошенко Т. О. ; УБА, НПБ України, НБ НаУКМА. – Київ : Самміт-Книга, 2013. – 64 с.
18. Ковба Ж. М. Асортимент друкованої продукції [Текст] : навч.-метод. посіб. / Ж. М. Ковба, Т. В. Олянишен, О. В. Мельников. – Львів : Укр. акад. друкарства, 2009. – 100 с.
19. Маркетинговий менеджмент видавничої продукції [Текст] : навч.-метод. посіб. / Г. І. Глотова, Ж. М. Ковба, Г. А. Махонько, В. В. Мартинів. – Львів : Укр. акад. друкарства, 2011. – 352 с.
20. Современное книгоиздание [Текст] : сб. материалов по проекту «Повышение квалификации специалистов изд. дела стран Восточной Европы и Центральной Азии, 2009-2011 гг.» / науч. ред. пер. О. С. Ро ; пер. с нем. А. Н. Серегина, М. А. Рыклина. – М. : ШКИМБ, 2010. – 303 с. : ил., табл.
21. Форсайт П. Маркетинг в книгоиздании [Текст] / П. Форсайт ; пер. с англ. Ю. В. Сурувикова. – М. : Унив. кн., 2008. – 221 с. – (Школа издательского бизнеса).
22. Читання як проблема вільного часу [Текст] : за результатами соціол.-стат. дослідж. / В. М. Сеньківський, Т. В. Олянишен, А. М. Штангрет, О. В. Мельников. – Львів : Укр. акад. друкарства, 2009. – 158 с.

Додаткова

23. Афанасенко О. М. Логістика в системі книгорозповсюдження : оцінка можливостей і перспективи [Текст] // Вісн. ХДАК. – 2009. – Вип. 28. – С. 106–113.
24. Бем Г. Видавець майбутнього: маркетинг і менеджмент у видавництві [Текст] / Бем Г. [та ін.]. – Київ : Основи, 1994. – 284 с.
25. Бэйверсток Э. Книжный маркетинг [Текст] / Э. Бэйверсток ; пер. с англ. Дердиров Г. – СПб. : БХВ-Санкт-Петербург, 1999. – 336 с.
26. Грет Г. Дистрибуція як канал книгорозповсюдження [Текст] / Г. Грет // Вісн. Кн. палати. – 2009. – № 11. – С. 5–6.
27. Грет Г. Книгорозповсюдження в структурі книжкової справи України [Текст] / Г. Грет // Вісн. Львів. ун-ту. Серія книгозн. бібліот. та інф. технол. – 2012. – Вип. 7. – С. 105–116.
28. Грэм Г. Книжный бизнес [Текст] : практика книгоиздания и книжной торговли : пер. с англ. / Г. Грэм. – М. : РосКонсультант, 1999. – 288 с.
29. Друк України [Текст] : стат. зб. за ... рік. – Київ : Кн. палата України, 1999– .
30. Видавці та книгорозповсюдженні в Україні [Текст] : довідник / уклад. І. О. Погореловська ; Кн. палата України. – 5-те вид., змінене та допов. - Київ : Кн. палата України, 2006. – 348 с.
31. Григорова З. В. Статистика діяльності книготорговельних підприємств [Текст] : навч. посіб. / З. В. Григорова, Я. В. Котляревський. – Львів : Укр. акад. друкарства, 2008. – 88 с.
32. Економічний словник-довідник [Текст] / ред. С. В. Мочерний. – Київ : Femina, 1995. – 368 с. – (Nota bene!).
33. Есенькин Б. С. Толковый словарь-справочник по книжному бизнесу [Текст] / Б. С. Есенькин, Ю. Ф. Майсурадзе. – М. : Библио-Глобус, 2006. – 230 с. – (Книжный бизнес – теория и практика).
34. Книговедение [Текст] : энцикл. слов. / редкол.: М. Сикорский (гл. ред.) и др. – М. : Сов. энцикл., 1982. – 664 с. : ил. – Указ.: с. 634–661.
35. Книжный маркетинг: руководство к действию [Текст] : сб. ст. / пер. с англ. Ленского Б. – М. : ТЕРРА, 1996. – 432 с.
36. Ковба Ж. М. Антикварна і букіністична торгівля між минулим і майбутнім [Текст] / Ж. М. Ковба, Ю. М. Колесник // Наук. зап. [УАД]. – 2011. – № 4. – С. 124–129.
37. Ковба Ж. М. Формування асортименту як основна складова маркетингової товарної політики книгарні [Текст] / Ж. М. Ковба, А. П. Корнійчук // Наук. зап. [УАД]. – 2011. – № 3. – С. 77–87.
38. Низовий М. Українська статистика друку [Текст] : основні етапи становлення та розвитку / М. Низовий. – Київ : Кн. палата України, 2002. – 96 с.
39. Организация и технология книжной торговли [Текст] : учебник / И. С. Васина, А. А. Говоров. – М. : Книга, 1987. – 352 с.

40. Осипов В. О. Книготорговая библиография [Текст] : учебник / В. О. Осипов. – М., 1984. – 340 с.
41. Партико З. Характеристика типології покупців видавничої продукції [Текст] / З. Партико, Г. Шепелева // Вісн. Кн. палати. – 2014. – № 6. – С. 51–52.
42. Погореловська І. Проект «Книги у виробництві» стартував [Текст] / І. Погореловська // Вісн. Кн. палати. – 2007. – № 8. – С. 8–10.
43. Реалії та перспективи українського книжкового ринку (Про інформаційний маркетинг. І не лише про нього...) [Текст] : зб. ст. і матеріали круглого столу «Розвиток інформаційного маркетингу на книжковому ринку України» / упоряд. Е. І. Огар. – Львів : Ад-Арт, 1997. – 144 с.
44. Сміт Д. К. Посібник книговидавця [Текст] : пер. з англ. / Д. К. Сміт. – Київ : Любіть Україну, 1999. – 192 с. – Бібліогр.: с. 189–190.
45. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу [Текст] : навч. посіб. / В. І. Теремко. – Київ : Академвидав, 2009. – 136 с. – (Серія «Альма-матер»).
46. Шпак В. Джерельна база досліджень книговидавничої справи незалежної України [Текст] / В. Шпак // Вісн. Кн. палати. – 2013. – № 5. – С. 16–20.
47. Енциклопедія книжного дела [Текст] / Ю. Ф. Майсурадзе, А. Э. Мильчин, Э. П. Гаврилов [и др.] ; отв. ред. Ю. Ф. Майсурадзе. – М. : Юристъ, 1998. – 536 с. – (Книжное дело).
48. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій [Текст] : навч. посіб. / за ред. Л. В. Балабанової. – 2-ге вид., зі змін. і допов. – Київ : Знання, 2005. – 301 с.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний веб-портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
2. Урядовий портал: Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>.
3. Державний комітет телебачення і радіомовлення України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://comin.kmu.gov.ua>.
4. Державна наукова установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова» [Електронний ресурс] : [офіц. сайт]. – Режим доступу: <http://www.ukrbook.net>.
5. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського : електронні інформаційні ресурси НБУВ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>.
6. VI Книжковий Арсенал [Електронний ресурс] : міжнар. фестиваль 20–24 квіт. 2016 р. – Режим доступу: <http://artarsenal.in.ua/event174.html>.

Методичні рекомендації

Основним методичним документом, що визначає мету, завдання, зміст і технологію навчання з кредитного модуля даної навчальної дисципліни, є робоча програма, яка розробляється щорічно. При її розробці слід враховувати сучасні зміни у міжнародному та українському законодавстві.

Оскільки предмету даної навчальної дисципліни притаманна значна динаміка та мінливість, варто здійснювати постійний моніторинг сучасних тенденцій у сфері видавничої справи та книгорозповсюдження, та відповідно до цього актуалізувати тематику лекційних і семінарських занять, завдань для самостійної роботи студентів, список рекомендованої літератури.

Значну увагу на семінарських (практичних) заняттях варто приділяти аналізу практики діяльності підприємств видавничо-поліграфічної сфери та книгорозповсюдження. Рекомендується проводити практичні заняття із використанням БД «Законодавство України» з усіма поточними оновленнями та спеціалізованих інформаційних ресурсів мережі Інтернет.

Методичні рекомендації до підготовки семінарського заняття

Семінар як одна з форм навчальних аудиторних занять, спрямований на поглиблене вивчення програмного матеріалу та контроль рівня його засвоєння шляхом безпосередньої співпраці навчальної групи та викладача в процесі обговорення навчального матеріалу.

Систематична підготовка до семінару з дисципліни привчає до самостійної роботи з матеріалом, науковою, навчальною, навчально-методичною літературою, періодичними та довідковими виданнями, інформаційними ресурсами мережі Інтернет. Для виступу на семінарському занятті студенти готують усні відповіді на поставлені запитання. Під час занять створюються умови для перевірки та виявлення інтелектуального рівня студентів, формування вміння публічно виступати, логічно висловлюватись, колективно обговорювати гострі проблеми, обстоювати власну точку зору, полемізувати й аргументувати власну позицію.

Для ґрунтового засвоєння джерел необхідно вдумливо конспектувати, вдаючись до різних форм запису: витягів, тез, цитат тощо. Доцільно підготувати власні спостереження та висновки, обґрунтувавши їх теоретичними положеннями та рекомендаціями.

Семінарські заняття не лише базуються на матеріалі, який міститься в лекційному курсі, але й підсумовують результати самостійної роботи з рекомендованою літературою.

Методичні рекомендації до самостійної роботи студентів

Самостійна робота студентів – один з основних засобів оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від аудиторних навчальних занять. Упровадження в практику навчальної програми різноманітних форм самостійної роботи активно сприяє модернізації навчального процесу шляхом подолання протиріч між трансляцією знань і їх засвоєнням у взаємозв'язку теорії та практики.

Головною метою самостійної роботи є закріплення, розширення та поглиблення набутих у процесі аудиторної роботи знань, умінь і навичок, а також самостійне вивчення та засвоєння нового матеріалу під керівництвом викладача, але без його безпосередньої участі.

Питання, що виникають у студентів стосовно виконання запланованих завдань, вирішуються на консультаціях, які проводять згідно з графіками, затвердженими кафедрою.

Самостійна робота студентів передбачена до кожної теми курсу, зміст якої полягає в таких положеннях:

- самостійне вивчення теоретичних і науково-практичних тем;
- самостійна робота з джерелами та літературою з метою кращого засвоєння програмного матеріалу після відвідування лекцій;
- підготовка наукових повідомлень;
- підготовка домашньої контрольної роботи за визначеною тематикою;

– презентація та захист результатів виконання домашньої контрольної роботи.

Для систематизації отриманих знань з дисципліни до кожної наступної теми слід ретельно готуватись: систематично опрацьовувати матеріал попередньої лекції, рекомендовану літературу, повторювати пройдений матеріал, на який лектор посилається при викладанні нового. Якщо з певних причин лекція пропущена, її необхідно законспектувати й опрацювати самостійно, незрозумілі питання з'ясувати на консультації.

Основні види самостійної роботи студентів з дисципліни: вивчення лекційного матеріалу, опрацювання рекомендованої літератури, самоконтроль рівня засвоєння програмного матеріалу, виконання домашньої контрольної роботи.