

Київський університет імені Бориса Грінченка
Кафедра видавничої справи



“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов
2019 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ВИДАВНИЧИЙ БІЗНЕС

для студентів

спеціальності 061 «журналістика»

освітнього рівня «бакалавр»

освітньої програми «Видавнича справа та редагування»



Київ - 2019

Розробник:

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

Викладач:

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

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри видавничої справи

Протокол № 01 від 29 серпня 2019 року

Завідувач кафедри

видавничої справи



Л.Г.Масімова

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

29 серпня 2019 року

Гарант освітньо-професійної програми



В.І.Шпак

Робочу програму перевірено

____.____.2019 р.

Заступник директора Інституту журналістики

з навчальної роботи



О.А. Росінська

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № ____ на

20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__»__ 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	5
Кількість змістових модулів	3
Обсяг кредитів	4
Обсяг годин, в тому числі:	120
Аудиторні	42
Модульний контроль	6
Семестровий контроль	30
Самостійна робота	42
Форма семестрового контролю	Іспит

2. Мета навчальної дисципліни –

формування у студентів системи теоретичних, методичних знань про основи видавничого бізнесу, функціонування видавничого ринку, організації маркетингової діяльності видавництва, основних засад, методів, технологій управління ним задля забезпечення його конкурентоспроможності.

Завдання дисципліни передбачають:

- розвивати *фахові компетентності* спеціальності:
- ФК-2 Здатність організувати й проводити професійну діяльність у галузі соціальних комунікацій:
- розуміння основного алгоритму менеджерської діяльності (планування, організація, мотивація, контроль);
- здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність;
- здатність застосовувати знання з медіаправа у професійній діяльності.
- ФК-3 Здатність проводити дослідження для ефективного просування медійного продукту:
- здатність виконувати ринково-дослідну та прогнозно-аналітичну діяльність;
- можливість передбачити тенденції та перспективи розвитку ринку видавничої продукції.
- ФК-4 Здатність розвивати й підтримувати на якісному рівні професійну діяльність:
- здатність генерувати нові ідеї у професійній сфері;
- здатність до використання базових уявлень про історію, становлення та розвиток видавничо-редакторської справи в сучасній практиці фахівця.
- ФК-5 Здатність формувати та створювати інформаційний контент:
- уміння застосовувати технології формування громадської думки;
- уміння застосувати комп'ютерно-видавничі технології у процесі медіа-виробництва;
- здатність до опанування основами видавничого бізнесу;
- здатність до застосування методів редакторського аналізу при опрацюванні текстів різного цільового і читацького призначення;
- здатність до пошук та обробки інформації англійською мовою в редакційній практиці;
- здатність аналізувати дизайн-концепцію видання, місце в ній структурно виражальних компонентів, уміння їх фахово оцінювати, оптимізувати;
- здатність контролювати якість текстового та мультимедійного контенту різних видів медійних продуктів;
- здатність контролювати якість поліграфічного виконання видавничого продукту.

3.Результати навчання за дисципліною

Програмні результати навчання:

ПРН-9 Застосовувати знання з галузі соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

ПРН-10 Відтворювати інформаційні та комунікаційні технології

ПРН-12 Застосовувати алгоритм редакційної підготовки видавничого продукту (друкованого, теле- та радіопродукту).

ПРН-17 Демонструвати розуміння основного алгоритму менеджерської діяльності (планування, організація, мотивація, контроль).

ПРН-20 Уміти створювати медійний продукт.

ПРН-21 Демонструвати найкращі зразки професійної діяльності

ПРН-23 Демонструвати здатність контролювати якість текстового та мультимедійного контенту. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або колегами

ПРН-24 Демонструвати здатність контролювати якість поліграфічного виконання видавничого продукту.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт						Самостійна
		Аудиторна:						
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторна	Індивідуальні	Модульні	
Змістовий модуль 1. Визначення та основна характеристика видавничого бізнесу								
Тема 1. Сутність та понятійний апарат видавничого бізнесу	4	2		2				
Тема 2. Основні учасники видавничого бізнесу	18	2		2				14
Тема 3. Внутрішні та зовнішні фактори функціонування видавничого ринку	4	2		2				
Тема 4. Ринок друкарського паперу в Україні	2			2				
Тема 5. Основні тенденції видавничого бізнесу в Україні на сучасному етапі.	4			2			2	
<i>Разом</i>	32	6		10			2	14
Змістовий модуль 2. Організація видавничого бізнесу								
Тема 6. Бізнес планування видавничої діяльності	4	2		2				
Тема 7. Дотримання авторського права у видавничому бізнесі	18	2		2				14
Тема 8. Реєстрація та звітність, податкове навантаження суб'єктів видавничої діяльності	4	2		2				
Тема 9. Створення сучасних бізнеспроектів у видавничій сфері	4			2			2	
<i>Разом</i>	30	6		8			2	14
Змістовий модуль 3. Комунікаційний вимір видавничого бізнесу								
Тема 10. Роль ділової репутації у видавничому бізнесі	4	2		2				

Тема 11. Соціальна відповідальність видавничого бізнесу	4	2		2				
Тема 12. Переговори як частина видавничої бізнескомунікації	2			2				
Тема 13. Лайфхаки та факапи вітчизняного видавничого бізнесу.	18			2			2	14
<i>Разом</i>	28	4		8			2	14
<i>Семестровий контроль</i>	30							
<i>Усього</i>	120	16		26			6	42

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Визначення та основна характеристика видавничого бізнесу

Тема 1. Сутність та понятійний апарат видавничого бізнесу

Поняття «Видавництво» та «Видавничий бізнес».

Видавництво як масовий чинник впливу на читача. Підприємницька мета. Структура системи видавничого бізнесу.

Тема 2. Основні учасники видавничого бізнесу

Види суб'єктів видавничого бізнесу, їхня характеристика, взаємодія. Поняття «Видавниче середовище». Категорії об'єктів видавничого бізнесу, їхня характеристика. Видавнича діяльність.

Тема 3. Внутрішні та зовнішні фактори функціонування видавничого ринку

Ознаки видавництва як соціально-економічної організації. Чинники внутрішнього середовища (філософія, місія, цілі, організаційна структура, структура, технології, персонал). Чинники зовнішнього середовища (природні, політичні, економічні, соціокультурні, демографічні, науково-технічні умови).

Тема 4. Ринок друкарського паперу в Україні

Загальна потреба ринку в папері. Індекси вартості паперу для друкування. Загальна інформація по вітчизняному ринку друкарських видів паперу. Статистика з виробництва друкарських видів паперу по вітчизняних підприємствах.

Тема 5. Основні тенденції видавничого бізнесу в Україні на сучасному етапі.

Видавничий бізнес в Україні. Проблеми розвитку та конкурентоспроможності. Статистичні дані Книжкової палати України. Проблемні питання. Перспективи розвитку.

Змістовний модуль 2. Організація видавничого бізнесу

Тема 6. Бізнес планування видавничої діяльності

Види та структура бізнес-плану.

Резюме бізнес-плану. Представлення видавництва.

Визначення основних характеристик ринку, переваг та недоліків видань-конкурентів, аналіз сильних та слабких сторін (SWOT-аналіз). Сегментування ринку.

Організація збуту продукції в умовах конкуренції.

Тема 7. Дотримання авторського права у видавничому бізнесі

Види авторських договорів. Договірна база у комунікації з друкарнями.

Спростування презумпції вини при порушенні авторського права.

Тема 8. Реєстрація та звітність, податкове навантаження суб'єктів видавничої діяльності

Базова інформація, яка необхідна для реєстрації видавництва. Основні етапи реєстрації видавництва.

Документальна база для реєстрації видавництва.

Особливості податкового навантаження видавничого бізнесу.

Тема 9. Створення сучасних бізнес-проектів у видавничій сфері

Особливості сучасних бізнес-проектів у видавничій сфері. Цільова аудиторія проектів.

Характеристика проектної діяльності. Види та формати проектів.

Змістовний модуль 3. Комунікаційний вимір видавничого бізнесу

Тема 10. Роль ділової репутації у видавничому бізнесі

Сутність поняття «Ділова репутація». Основні складові поняття. Значення позитивної ділової репутації. Важливі складові ділової репутації суб'єктів видавничого бізнесу.

Тема 11. Соціальна відповідальність видавничого бізнесу

Визначення та специфічні риси видавничої продукції, багатовимірність книги як видавничого продукту. Зміст, види, принципи соціальної відповідальності бізнесу. Варіанти реалізації поняття соціальної відповідальності у видавничому бізнесі. Практичні кейси в Україні та за кордоном.

Тема 12. Переговори як частина видавничої бізнес комунікації

Школи теоретиків переговорного процесу. Світові практичні кейси. Особливості переговорного процесу при купівлі-продажу майнових авторських прав на видання.

Тема 13. Лайфхаки та факани вітчизняного видавничого бізнесу

Інтерв'ю та блоги українських видавців. Цікаві поради провідних фахівців, приклади успішних та невдалих кейсів.

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 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій							
Відвідування практичних занять	1	5	5	4	4	4	4
Робота на семінарському занятті							
Робота на практичному занятті	10	5	50	4	40	4	40

Лабораторна робота (в тому числі допук, виконання, захист)							
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ							
<i>Разом</i>			84		74		74
Максимальна кількість балів	232						
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $232:60 = 3,9$						

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль I. Сутність та понятійний апарат видавничого бізнесу (14 год.)

1.1. Підготовка презентації практичного кейсу «Київ – всесвітня книжкова столиця» - I етап
 Обговорення ідеї та концептуального наповнення студентського проекту. Розробка змістовного плану презентації. Функціональний розподіл завдань для учасників проекту.

Змістовий модуль II. Організація видавничого бізнесу (14 год.)

2.1. Підготовка презентації практичного кейсу «Київ – всесвітня книжкова столиця» - II етап.
 2.2. Вибір та узгодження форми візуалізації проекту.
 2.3 Аналіз можливих проблемних ситуацій та шляхів їх вирішення.
 2.4. Реалізація проекту згідно функціональним розподілом.

Змістовий модуль III. Комунікаційний вимір видавничого бізнесу (14 год.)

3.1. Підготовка презентації практичного кейсу «Київ – всесвітня книжкова столиця» - III етап.

3.2. Резюме проекту з детальним описом індивідуальної роботи та персональних здобутків кожного учасника.

3.3. Захист проекту.

3.4. Публічна презентація проекту.

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 або здаються в роздрукованому вигляді.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем робочій програмі. Форми модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають вирішення творчих завдань, ситуативних задач, самостійне створення документів тощо. Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 3, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Модульна контрольна робота № 1

Завдання: проходження тестового завдання на електронному курсі за змістом матеріалу першого модулю. Кількість запитань 25. Тестове завдання передбачає різні форми тестових запитань. Кількість спроб проходження тесту – 1. Максимальний час на проходження тестового завдання – 30 хв.

Модульна контрольна робота № 2

Завдання: проходження тестового завдання на електронному курсі за містом матеріалу другого модулю. Кількість запитань 25. Тестове завдання передбачає різні форми тестових запитань. Кількість спроб проходження тесту – 1. Максимальний час на проходження тестового завдання – 30 хв.

Модульна контрольна робота № 3

Завдання: проходження тестового завдання на електронному курсі за містом матеріалу третього модулю. Кількість запитань 25. Тестове завдання передбачає різні форми тестових запитань. Кількість спроб проходження тесту – 1. Максимальний час на проходження тестового завдання – 30 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) лаконічність та структурність відповіді на питання, 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 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 семінарських заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі заліка і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу.

8. Рекомендована література

Основна (базова):

1. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. Розділ I (с. 11-200).
2. Тимошик М. Видавничий бізнес: Погляд журналіста, видавця, вченого. – К.: Наша культура і наука, 2005.
3. Шпак В. Управління сучасним видавництвом/навчальний посібник. – К.: ДП «Експрес – об'ява», 2019
4. Верба Т. Издательский бизнес изнутри. От рукописи к бестселлеру: пошаговое руководство по подготовке книги к печати, производству и продвижению. Профессиональные советы от издательства деловой литературы «Баланс Бизнес Букс». – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2015.
5. Теремко В. Основні засади видавничого бізнесу – К.: Академвидав, 2009.

Додаткова:

1. Лазановський П. Організація та економіка видавничої справи. Навчально-методичний посібник. – Львів:Магнолія 2006, 2015.
2. Бем Гольгер та ін. Видавець майбутнього: маркетинг і менеджмент у видавництві / пер. з нім. – К.: Основи, 1994. – С. 18-26 (організація видавництва).
3. Швайка Л. А. Розвиток і регулювання видавничого підприємства. – Львів: УАД, 2005. – С. 51-68 (Організаційно-правові форми видавничого підприємства)
4. Эриашвили, Н.Д. Книгоиздание: менеджмент и маркетинг, учеб. пособие для вузов / Н.Д. Эриашвили. – Изд. 3. – М.: ЮНИТИ, 2005.
5. Нечитайло А., Гнутова А., Прядильникова Н. Менеджмент в издательском деле – Самара: СГАУ, 2011.
6. Закон України «Про авторське право і суміжні права» [Електронний ресурс] http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3792-12_3.

7. Закон України «Про видавничу справу» [Електронний ресурс] : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80_4.
8. Закон України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» [Електронний ресурс] : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/601-15>.
9. Ю. Гордієнко. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2005. – 116 с.
10. Гордієнко Л. Ю. Адміністративний менеджмент : Навч. посіб. / Л. Ю. Гордієнко, Л. Г. Шемаєва. – Х. : Видавництво ХНЕУ, 2006. – 212 с.
11. Дунда С. П. Адміністративний менеджмент : Конспект лекцій для студ. напр. 6.030601 «Менеджмент» денної та заочн. форм навч. / С. П. Дунда, М. П. Побережна. – К. : НУХТ, 2013. – 122 с.
12. Елиферов В. Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление : Учебник / В. Г. Елиферов, В. В. Репин. – М. : ИНФРА-М, 2004. – С. 15-50.
13. Єрмаков Л. И. и др. Эволюция теории и опыт эффективного управления за рубежом. – М. : Мир, 1994. – 349 с.
14. Жигалов В. Т. Основи менеджменту управлінської діяльності / В. Т. Жигалов, Л. М. Шимановська. – К. : Вища шк., 1994. – 220 с.
15. Іванова І. В. Менеджер – професійний керівник : Навч. посіб. / І. В. Іванова. – К. : КНТЕУ, 2001. – 107 с.
16. Єжижанська Т. С. Гра видавців і держави: патерналізм чи комунікація? // Матеріали IV наукового симпозиуму «Гра в бісер: комунікаційні ігри сучасності» // <https://symposium2017.nethouse.ua/services/zhizhanska-tetiana-gravidavtsv--derzhavi-paternalizm-chi-komunka>.
17. Регідайло Н. Редакційно-видавничий процес підготовки і випуску видання. Маркетинговий етап / Н. Регідайло // Вісник Книжкової палати. – 2010. – № 11. – С. 11–15.
18. Редакційно-видавничий процес підготовки і випуску видання. Маркетинговий етап / підгот. Н. Регідайло // Вісник Книжкової палати. – 2010. – № 11. – С. 12-16, №12. – С. – 15-16.
19. Свидрук І.І. Креативний менеджмент : навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 224 с.
20. Бегма Ю.К. Вінніков О.Ю., Редько О.І. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Київ /Ю.К.

- Бегма, О.Ю. Вінніков, О.І. Редько. – К.: 2006. – С.18-26.
21. Галушка З.І., Комарницький І.Ф. Стратегічний менеджмент / Зоя Галушка, Іван Комарницький // Навчально-методичний посібник. – Чернівці, „Рута”. – 2006. – С.35-38.
22. Мельник С.В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С.В.Мельник // Економіка та держава. – 2007. – №5. – С.72.
23. Петрушенко Ю.Н., Дудкін О.В. формування інституту позитивної соціальної відповідальності . Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. Выпуск 37-3. 25- 30.
24. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: національна доповідь / За загальною редакцією В.М.Гейця, А.І.Даниленка, М.Г.Жулинського, Е.М.Лібанової, О.С.Онищенка. – К.: НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.
25. В. Бакуменко. Управління проектами // Політична енциклопедія. Редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін. — К.:Парламентське видавництво, 2011. — с.738
26. Бабаєв В.М. Управління проектами: Навчальний посібник для студентів спеціальності «Управління проектами» / Бабаєв В.М. – Харків: ХНАМГ, 2006. – 244 с.
26. Українська книга в контексті світового книговидання/ О.А.Афонін, М.І Сенченко. – К. : Кн.палата України, 2009. - 227.
27. Пекар В. Різнобарвний менеджмент. –Харків: Фоліо, 2017.

Художня література:

- ✓ Стівен Кові. Швидкість довіри
- ✓ Джордж Орвелл. Колгосп тварин
- ✓ Еріх-Марія Ремарк. Три товариші
- ✓ Річард Бах. Чайка Джонатан Лівінгстон
- ✓ Ерік-Еммануель Шмідт. Оскар і Рожева пані
- ✓ Зак Ебрагім. Син терориста
- ✓ Деніел Кіз. Квіти для Елджерона
- ✓ Іван Багряний. Сад Гетсиманський
- ✓ Таня Малярчук. Забуття
- ✓ Ювал Ной Харарі. Людина розумна. Історія людства від минулого до майбутнього

Інформаційні ресурси:

<http://eef.org.ua/rekomendatsiyi/>

<http://mincult.kmu.gov.ua>

<http://comin.kmu.gov.ua>

www.ukrbook.net

<https://mfa.gov.ua/ua/page/open/id/5213>

<https://ucf.in.ua>

<http://upba.org.ua>

<http://www.meridiancz.com/knyzhkovi-proekty/>

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

http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category/system?cat_id=141650

Художні фільми:

- ✓ Форест Гамп
- ✓ Король говорить!
- ✓ Список Шіндлера
- ✓ Людина, яка змінила все
- ✓ Людина дощу
- ✓ Життя Пі
- ✓ Ганді
- ✓ Товариство мертвих поетів
- ✓ Плем'я
- ✓ Білий птах з чорною ознакою

Додатки.
Плани практичних занять
Змістовий модуль 1. Визначення та основна характеристика
видавничого бізнесу.

Тема 1. Сутність та понятійний апарат видавничого бізнесу

1. Поняття «Видавництво» та «Видавничий бізнес».
2. Види видавництв.
3. Видавничі посади.
4. Видавництво як масовий чинник впливу на читача.
5. Підприємницька мета.
6. Структура системи видавничого бізнесу.

Література

Основна: [1,2,3]; додаткова: 8-16.

Тема 2. Основні учасники видавничого бізнесу

1. Види суб'єктів видавничого бізнесу, їхня характеристика, взаємодія.
2. Поняття «Видавниче середовище».
3. Категорії об'єктів видавничого бізнесу, їхня характеристика.
4. Видавнича діяльність.

Література

Основна: [1,2,3]; додаткова: 8-16.

Тема 3. Внутрішні та зовнішні фактори функціонування видавничого ринку

1. Ознаки видавництва як соціально-економічної організації.
2. Чинники внутрішнього середовища (філософія, місія, цілі, організаційна структура, технології, персонал).
3. Чинники зовнішнього середовища (природні, політичні, економічні, соціокультурні, демографічні, науково-технічні умови).

Література

Основна: [1,2,3]; додаткова: 8-16.

Тема 4. Ринок друкарського паперу в Україні

1. Загальна потреба ринку в папері. Індекси вартості паперу для друкування.
2. Загальна інформація по вітчизняному ринку друкарських видів паперу.

3. Статистика з виробництва друкарських видів паперу по вітчизняних підприємствах.

Література

Основна: [1,2,3]; додаткова: 8-16.

Тема 5. Основні тенденції видавничого бізнесу в Україні на сучасному етапі.

1. Видавничий бізнес в Україні.

2. Проблеми розвитку та конкурентоспроможності.

3. Статистичні дані Книжкової палати України. Проблемні питання.

4. Перспективи розвитку.

Література

Основна: [1,2,3]; додаткова: 8-16.

Змістовний модуль 2. Організація видавничого бізнесу

Тема 6. Бізнес планування видавничої діяльності

1. Види та структура бізнес-плану.

2. Резюме бізнес-плану. Представлення видавництва.

3. Визначення основних характеристик ринку, переваг та недоліків видань-конкурентів, аналіз сильних та слабких сторін (SWOT-аналіз). Сегментування ринку.

4. Організація збуту продукції в умовах конкуренції.

Література

Основна: [1,2,3]; додаткова: 8-16.

Тема 7. Дотримання авторського права у видавничому бізнесі

1. Види авторських договорів.

2. Договірна база у комунікації з друкарнями.

3. Спростування презумпції вини при порушенні авторського права.

Література

Основна: [1,2,3]; додаткова: 8-16.

Тема 8. Реєстрація та звітність, податкове навантаження суб'єктів видавничої діяльності

1. Базова інформація, яка необхідна для реєстрації видавництва.
2. Основні етапи реєстрації видавництва.
3. Документальна база для реєстрації видавництва.
4. Особливості податкового навантаження видавничого бізнесу.

Література

Основна: [1,2,3]; додаткова: 8-16.

Тема 9. Створення сучасних бізнес-проектів у видавничій сфері Особливості сучасних бізнес-проектів у видавничій сфері. Цільова аудиторія проектів.

Характеристика проектної діяльності. Види та формати проектів.

Література

Основна: [1,2,3]; додаткова: 8-16.

Змістовний модуль 3. Комунікаційний вимір видавничого бізнесу

Тема 10. Роль ділової репутації у видавничому бізнесі

1. Сутність поняття «Ділова репутація».
2. Основні складові поняття.
3. Значення позитивної ділової репутації.
4. Важливі складові ділової репутації суб'єктів видавничого бізнесу.

Література

Основна: [1,2,3]; додаткова: 8-16.

Тема 11. Соціальна відповідальність видавничого бізнесу

1. Визначення та специфічні риси видавничої продукції, багатовимірність книги як видавничого продукту.
2. Зміст, види, принципи соціальної відповідальності бізнесу.
3. Варіанти реалізації поняття соціальної відповідальності у видавничому бізнесі.
4. Практичні кейси в Україні та за кордоном.

Література

Основна: [1,2,3]; додаткова: 8-16.

Тема 12. Переговори як частина видавничої бізнес комунікації

1. Школи теоретиків переговорного процесу.
2. Світові практичні кейси.
3. Особливості переговорного процесу при купівлі-продажу майнових авторських прав на видання.

Література

Основна: [1,2,3]; додаткова: 8-16.

Тема 13. Лайфхаки та факапи вітчизняного видавничого бізнесу

1. Інтерв'ю та блоги українських видавців.
2. Цікаві поради провідних фахівців, приклади успішних та невдалих кейсів.

Література

Основна: [1,2,3]; додаткова: 8-16.

7. Навчально-методична карта дисципліни «Видавничий бізнес»

Разом: 120 год., лекції – 16 год., практичні – 26 год., самостійна робота – 42 год., модульний контроль – 6 год. ПК - екзамен

Змістовий модуль 1.

Змістовий модуль 2.

Модулі	Визначення та основна характеристика видавничого бізнесу		Організація видавничого бізнесу	
Назва модуля	84 балів		74 балів	
Кількість балів за модуль	84 балів		74 балів	
Лекції	1		3	
Теми лекцій	Сутність та понятійний апарат видавничого бізнесу	Основні учасники Видавничого бізнесу	Внутрішні та зовнішні фактори функціонування видавничого ринку	Бізнес планування видавничої діяльності
Практичні	Сутність та понятійний апарат видавничого бізнесу	Основні учасники видавничого бізнесу (10+1 балів)	Внутрішні та зовнішні фактори функціонування видавничого ринку	Дотримання авторського права у видавничому бізнесі
		Основні учасники видавничого бізнесу (10+1 балів)	Ринок друкарського паперу в Україні (10+1 балів)	Дотримання авторського права у видавничому бізнесі (10+1 балів)
CP	5		5	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)		Модульна контрольна робота (25 балів)	

Модулі		Змістовий модуль 3.	
Назва модуля		Комунікаційний вимір видавничого бізнесу	
Кількість балів за модуль		74 балів	
Лекції		5	
Теми лекцій		6	
Практичні		Соціальна відповідальність видавничого бізнесу	
CP		5	
Види поточного контролю		Модульна контрольна робота (25 балів)	

Коефіцієнт 3.9