

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра видавничої справи

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
 О. Б. Жильцов
«30» 01 2020 року




РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ВИДАВНИЧЕ ПЛАНУВАННЯ: БІЗНЕС-ПЛАН

для студентів

спеціальності 061 Журналістика

освітнього рівня першого (бакалаврського)

освітньої програми «Видавнича справа та редагування»

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 3007/20
 (підпис) (прізвище, ініціали)
« 20 » 20 20 р.

Київ–2020

Розробники:

Шпак Віктор Іванович, доктор історичних наук, професор кафедри видавничої справи Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладачі:

Шпак Віктор Іванович, доктор історичних наук, професор кафедри видавничої справи Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри видавничої справи
Протокол від 20 січня 2020 року № 6

Завідувач кафедри Мас Л. Г. Масімова

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з
видавничої справи та редагування

_____ 2020 року
Гарант освітньо-професійної програми Шпак В. І. Шпак

Робочу програму перевірено

_____ 2020 р.

Заступник директора Інституту журналістики
з науково-методичної та навчальної роботи Росінська О. А. Росінська

Пролонговано

на 20__/20__ н.р. _____, _____ 20__ р., протокол № __
підпис (ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____, _____ 20__ р., протокол № __
підпис (ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____, _____ 20__ р., протокол № __
підпис (ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____, _____ 20__ р., протокол № __
підпис (ПІБ)

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	4/120	
Курс	3	
Семестр	6	
Кількість змістових модулів з розподілом	4	
Обсяг кредитів	4	
Обсяг годин, в тому числі:	120	
аудиторні	56	
модульний контроль	8	
семестровий контроль	-	
самостійна робота	56	
Форма семестрового контролю	залік	

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни – надання цілісного уявлення про видавниче бізнес-планування, сприяння формуванню у студентів науково-прикладного апарату бізнес-планування та перспективного моделювання бізнесу на найближчу і довгострокову перспективи з урахуванням численних і постійно мінливих умов зовнішнього і внутрішнього середовища.

Завдання дисципліни передбачають формування додаткових фахових компетентностей спеціалізації «Видавничий бізнес», а саме: навички розробки та реалізації видавничих бізнес-проектів.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Програмні результати навчання додатково розширюють і поглиблюють такі ПРН:

ПРН-1 Демонструвати спроможність комплексно розв'язувати проблему. Складати новий план дій з огляду на зміну ситуації.

ПРН-4 Демонструвати спроможність ефективно працювати в команді.

Координувати виконання завдання із завданнями колег.

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

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт			
		Аудиторна:			Самостійна
		Лекції	Практичні	Модульні	
Змістовий модуль 1					
ВИДАВНИЧЕ ПЛАНУВАННЯ: БІЗНЕС-ПЛАН					
Тема 1. Видавниче планування: бізнес-план	28		14		14
Модульна контрольна робота	2			2	
Разом	30		14	2	14
Змістовий модуль 2					
РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ СТВОРЕННЯ ЖУРНАЛУ (ГАЗЕТИ)					
Тема 2. Методика розробки бізнес-плану створення журналу (газети)	28		14		14
Модульна контрольна робота	2			2	
Разом	30		14	2	14
Змістовий модуль 3					
РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ ВИДАННЯ КНИГИ					
Тема 3. Методика розробки бізнес-плану видання книги	28		14		14
Модульна контрольна робота	2			2	
Разом	30		14	2	14
Змістовий модуль 4					
РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ СТВОРЕННЯ ВИДАВНИЦТВА					
Тема 5. Методика розробки бізнес-плану створення видавництва	28		14		14
Модульна контрольна робота	2			2	2
Разом	30		14	2	14
Усього	120		56	8	56

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. ВИДАВНИЧЕ ПЛАНУВАННЯ

Практичне заняття 1. Резюме бізнес-плану, опис фірми і проектованої продукції. (2 год.)

Практичне заняття 2. Аналіз ринку збуту, план маркетингу. (4 год.)

Практичне заняття 3. План виробництва і реалізації продукції видавництва, план ризику. (4 год.)

Практичне заняття 4. Фінансовий план і стратегія фінансування. (4 год.)

Змістовий модуль 2.

РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ СТВОРЕННЯ ЖУРНАЛУ (ГАЗЕТИ)

Практичне заняття 5. Реєстрація видання. (2 год.)

Практичне заняття 6. Пошук ідеї та аналіз конкурентів. (4 год.)

Практичне заняття 7. План виробництва і реалізації проектованої продукції. (4 год.)

Практичне заняття 8. Фінансово-економічне обґрунтування проекту. (4 год.)

Змістовий модуль 3.

РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ ВИДАННЯ КНИГИ

Практичне заняття 9. Реєстрація видавничої діяльності. (2 год.)

Практичне заняття 10. Пошук ідеї для видання книги. (4 год.)

Практичне заняття 11. Організація виробничого процесу та реалізація. (4 год.)

Практичне заняття 12. Фінансово-економічне обґрунтування проекту. (4 год.)

Змістовий модуль 4.

РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ СТВОРЕННЯ ВИДАВНИЦТВА

Практичне заняття 13. Організаційні аспекти створення видавництва як підприємницької структури. (2 год.)

Практичне заняття 14. Формування ідеї створення видавництва. (4 год.)

Практичне заняття 15. Організація виробничої діяльності. (4 год.)

Практичне заняття 16. Планування та стратегія інвестування. (4 год.)

РОБОТА В ЦЕНТРІ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ

Тема 2. Методика розробки бізнес-плану створення журналу (газети)

1. Описати бізнес-концепт газети «Експрес-об'ява».
2. Проаналізувати ринок газет безкоштовних оголошень.

Тема 3. Методика розробки бізнес-плану видання книги

1. Описати технологію видавничого процесу книги яка застосовується у видавництві «ДП "Експрес-об'ява"».
2. Проаналізувати систему ціноутворення книжкових видань «ДП "Експрес-об'ява"».

Тема 4. Розробка бізнес-плану створення видавництва

1. Описати організаційні та технологічні принципи діяльності видавництва «ДП "Експрес-об'ява"».
2. Проаналізувати статут «ДП "Експрес-об'ява"».

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		Кількість одиниць	максимальна кількість балів	Кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування на практичному занятті	1	7	7	7	7	7	7	7	7
Робота на практичному занятті	10	7	70	7	70	7	70	7	70
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5	1	5	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ									
Разом	428		107		107		107		107
Максимальна кількість балів		428							
Розрахунок коефіцієнта		Розрахунок: $428:100=4,28$ Студент набрав: 342,4 бала Оцінка: $342,4:4,28 = 80$ балів С							

7.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль 1. ВИДАВНИЧЕ ПЛАНУВАННЯ: БІЗНЕС-ПЛАН

Завдання: Оберіть перспективний на Вашу думку, видавничий продукт та зробіть аналіз конкурентного середовища та читацької аудиторії. Огляд до 3 стор.

Змістовий модуль 2. РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ СТВОРЕННЯ ЖУРНАЛУ (ГАЗЕТИ)

Завдання: Створіть план маркетингу та план виробництва і реалізації обраного продукту. Огляд до 3 стор.

Змістовий модуль 3. РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ ВИДАННЯ КНИГИ

Завдання: Створіть організаційний план та план ризику. Огляд до 3 стор.

Змістовий модуль 4. РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ СТВОРЕННЯ ВИДАВНИЦТВА
Завдання: Створіть фінансовий план та резюме обраного проекту. Огляд до 3 стор.

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 і прикріплюється до електронного курсу 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'язковою.

Модульна контрольна робота № 1.

Тематичні питання до тесту. Сучасні підходи до бізнес-планування у видавництві. Бізнес-план: мета, функції і принципи складання. Корпоративний і функціональний рівні бізнес-планування. Підготовка і використання бізнес-плану. Місце і роль прогнозування в системі бізнес-планування. Склад, структура і обсяг бізнес-плану. Конкурентоспроможність компанії і її ресурсний потенціал: механізм аналізу і оцінки. Резюме бізнес-плану: опис фірми і проектованої продукції; аналіз ринку збуту; план маркетингу; план виробництва і реалізації продукції видавництва; організаційний план; план ризику; фінансовий план і стратегія фінансування. Інвестиційні джерела реалізації бізнес-плану.

Модульна контрольна робота № 2.

Тематичні питання до тесту. Аналіз ринкової ситуації газетних (журнальних видань). Вибір цільової аудиторії. Визначення переваг та недоліків видань-конкурентів, аналіз сильних та слабких сторін (SWOT-аналіз). Визначення структури видання. Організація виробничої діяльності та засобів виробництва. Фінансове забезпечення персоналу виробництва. Друк та розповсюдження. Первинні та поточні витрати. Оптимізація витрат. Планові доходи. Термін

повернення інвестицій. Реєстрація ЗМІ.

Модульна контрольна робота № 3.

Тематичні питання до тесту. Пошук і робота з автором. Сегментація ринку та пошук цільової аудиторії. Аналіз ринку та конкурентної продукції. Витрати на виготовлення видавничого оригінал-макету. Друк та реалізація. Аутсорсинг. Оптимізація витрат. Стратегія управління персоналом і її уявлення в бізнес-плані. Аналіз і оцінка ризиків в системі бізнес-планування. Цінова політика в бізнес-плануванні як засіб підвищення конкурентоспроможності видавництва. Програмування презентації бізнес-плану. Реєстрація видавничої діяльності.

Модульна контрольна робота № 4.

Тематичні питання до тесту. Види видавництв. Структура видавництв. Основні структурні підрозділи видавництва. Видавничі посади. Основні фахівці видавництва і їх функції. Аналіз ринку збуту: характеристика замовників і торгових партнерів; обсяги та динаміка збуту; конкуренція; оцінка сфери поширення і продажів, План маркетингу: зміст, цілі і завдання видавничого маркетингу. Структура і зміст маркетингової концепції. Інструментарій маркетингу. Моделювання організаційних змін на підприємстві за допомогою складання бізнес-плану. Оптимізація процесів управління операціями на основі бізнес-планування. Інвестиційна пропозиція як форма залучення фінансування для реалізації бізнес-плану. Реєстрація видавництва.

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;
- 5) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань.

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. За правильну відповідь додається один бал. Максимальна кількість балів – 25. Правильних відповідей може бути декілька. Хоча б одна неправильна відповідь дає 0 балів за питання. Наприклад. Маємо 6 відповідей, з них 4 правильні. Оцінювання: обрано 4 правильних відповіді і жодної неправильної – 1 бал; обрано 3 правильних відповіді і жодної неправильної – 0,75 бала; обрано 2 правильних відповіді і жодної неправильної – 0,5 бала; обрано 1 правильну відповідь і жодної неправильної – 0,25 бала; обрано 4 правильних відповіді і одна неправильна – 0 балів тощо.

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 відвідування лекцій, поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійних робіт,

модульних контрольних робіт. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі заліку і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу.

6.5. Орієнтований перелік питань для семестрового контролю

1. Основні нормативні документи, що регламентують видавничу підприємницьку діяльність.
2. Бізнес-план: мета, функції і принципи складання. .
3. Склад, структура і обсяг бізнес-плану.
4. Загальна методологія розробки бізнес-плану.
5. Вимоги до стиля написання і оформлення бізнес-плану.
6. Зміст резюме бізнес-плану.
7. Функціональне призначення резюме.
8. Зміст розділу бізнес-плану: характеристика видавництва і проєктованої продукції.
9. Зміст розділу бізнес-плану: аналіз ринку збуту.
10. Зміст розділу бізнес-плану: план маркетингу.
11. Зміст розділу бізнес-плану: план виробництва і реалізації продукції видавництва.
12. Завдання та логіка розробки виробничого плану.
13. Зміст розділу бізнес-плану: організаційний план.
14. Сутність підприємницького ризику. Основні види ризиків у сучасному бізнесу.
15. Способи реагування на загрози бізнесу.
16. Зміст розділу бізнес-плану: фінансовий план і стратегія фінансування.
17. Організація збуту продукції в умовах конкуренції.
18. Порядок реєстрації ЗМІ.
19. Порядок реєстрації видавництва.
20. Порядок реєстрації видавничої діяльності.
21. Визначення основних характеристик ринку.
22. Форми оплати праці та матеріального стимулювання.
23. Кількісні одиниці виміру видавничої продукції.
24. Основні структурні підрозділи видавництва.
25. Основні фахівці видавництва і їх функції.
26. Матеріально-технічне забезпечення видавництва.
27. Організаційна та виробнича структури видавництва.
28. Обґрунтування вибору організаційної форми бізнесу.
29. Фактори, що впливають на чисельність, склад і структуру кадрів видавництва. Штатний розклад
30. Структура фінансового плану.
31. Собівартість видавничої продукції. Класифікація та склад витрат, що включаються у собівартість видавничої продукції.

32. Редакційні витрати.
33. Загальновидавничі витрати.
34. Маркетингові витрати.
35. Шляхи зниження і оптимізації собівартості видавничої продукції.
36. Валовий дохід, рентабельність, прибуток у видавничій діяльності.
37. Редакційно-видавничий процес та шляхи його удосконалення.
38. Цінова політика видавництва та методи формування ціни.
39. Особливості оподаткування видавничої діяльності.
40. Канали розповсюдження видавничої продукції.
41. Чинники, що приваблюють потенційних партнерів та інвесторів до фінансування та співробітництва.

6.6. Шкала відповідності оцінок

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

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «ВИДАВНИЧЕ ПЛАНУВАННЯ: БІЗНЕС-ПЛАН»:

Разом: 120 год., практичні заняття – 56 год., самостійна робота – 56 год., МКР – 8 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII
Модулі	Змістовий модуль I						
Назва модуля	ВИДАВНИЧЕ ПЛАНУВАННЯ: БІЗНЕС-ПЛАН		РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ СТВОРЕННЯ ЖУРНАЛУ (ГАЗЕТИ)		РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ ВИДАННЯ КНИГИ		РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ СТВОРЕННЯ ВИДАВНИЦТВА
Кількість балів за модуль	107 балів		107 балів		107 балів		107 балів
Теми практичних занять	Резюме бізнес-плану, опис видавництва і проєктованої проєкції. – 11 б.	Аналіз ринку збуту, план маркетингу – 22 б.	План виробництва проєкції видавництва, організаційний план та план ризику – 22 б.	Фінансовий план і стратегія фінансування – 22 б.	Ресурсація видання – 11 б.	Пошук ідеї та аналіз конкурентів – 22 б.	План виробництва проєкції видавництва, організаційний план та план ризику – 22 б.
Самостійна робота	5 балів		5 балів		5 балів		5 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.		Модульна контрольна робота 2 – 25 б.		Модульна контрольна робота 3 – 25 б.		Модульна контрольна робота 4 – 25 б.
	428 балів за семестр						

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Законодавчі і нормативно-правові документи

1. Конституція України : за станом на 8 жовт. 2010 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К. : Центр учбової літератури, ВМГО «Український молодіжний правничий союз», 2010. – 80 с.
2. Господарський кодекс України : за станом на 5 трав. 2010 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К. : Центр учбової літератури, Алерта, КНТ, 2010. – 160 с.
3. Податковий кодекс України : за станом на 13 серп. 2015 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. джерело : сайт ВР України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
4. Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 11.07.01 № 2627-III : за станом на 10 січ. 2011 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. джерело : сайт ВР України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3792-12>.
5. Закон України «Про видавничу справу» № 318/97-ВР від 05.06.97 : за станом на 04 черв. 2011 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. джерело : сайт ВР України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/318/97-вр/ed20120101>.
6. Закон України «Про обов'язковий примірник документів» від 9.04.99 № 595-XIV : за станом на 26 жовт. 1999 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. // Голос України. – 1999. – 18 трав. – № 88.
7. Указ Президента України «Про деякі заходи щодо державної підтримки книговидавничої справи і популяризації читання в Україні» від 19.06.2013 № 336/2013 [Електронний ресурс] / Президент України. – Офіц. джерело : сайт ВР України – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/336/2013>.
8. Постанова Кабінету Міністрів України «Про Державний реєстр видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції» від 28.09.98 № 1540 [Електронний ресурс] / Кабмін України. – Офіц. джерело : сайт ВР України. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1540-98-%EF>.
9. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження мінімальних ставок винагороди (роялті) за використання об'єктів авторського права і суміжних прав» від 18.01.03 № 72 / Кабмін України. – Офіц. вид. // Урядовий кур'єр. – 2003. – 7 лют. – № 24.

Базова

10. Агафонова Л.Г., Рога О.В. Підготовка бізнес-плану : практикум / Л.Г. Агафонова, О.В. Рога. – 2-ге вид. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2000. – 158 с.
11. Бізнес-планування : навч. посіб. / Т.Г. Васильців, Я.Д. Качмарик, В.І. Блонська, Р.Л. Лупак. – К. : Знання, 2013. – 173 с.
12. Економіка підприємства : навч. посіб. / П.В. Круш, В.І. Подвігіна, Б.М. Сердюк та ін.. – К.: Ельга-Н: КНТ, 2007. – 777 с.

13. Мочерний С. Основи підприємницької діяльності : посіб. / С. Мочерний, О. Устенко, С. Чеботар. – К.: Академія, 2006. – 279 с.
14. Теремко В. Основні засади видавничого бізнесу / В. Теремко – К.: Академвидав, 2010. – 136 с.
15. Шпак В. Видавничий бізнес : навч. посіб. / В. Шпак. – К.: ВПК «Експрес-поліграф», 2012. – 352 с.
16. Шпак В. Управління сучасним видавництвом: навч. посіб. / В.І. Шпак. – К. : ДП «Експрес-об'ява», 2019. – 396 с.

Додаткова

17. Афонін О. Маркетинг видавничої продукції. Концепція соціально-етичного маркетингу видавничої продукції / О. Афонін, Г. Глотова, О. Добровольський // Вісник Кн. палати України. – 2003. – № 2. – С. 9–11;
18. Вернигора Н. М. Книговидання для дітей як перспективний напрям видавничого бізнесу в Україні : [наук. доповідь] // Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі : II Міжнародна наук.-практ. конф. [м. Київ, 16 лист. 2017 р.]. – Київ, 2017.
19. Горемыкин В. А. Бизнес-план: Методика разработки. 45 реальных образцов бизнес-планов. — 3-е изд., доп. и перераб. / В. А. Горемыкин, А. Ю. Богомолов. – М.: “Ось-89”, 2002. – 864 с.
20. Гутиря І. Економіка засобів масової комунікації: навч. посіб. / І. Гутиря Журналістський маркетинг // За ред. Різуна В. В. – К.: Інститут журналістики, 2002. – 122 с.
21. Дурняк Б. Поліграфія і видавнича справа: Наук.-техн. зб. Вип. 2(44) / Ред.: Б.В. Дурняк; Укр. акад. друкарства. – Л., 2006. – 150 с.
22. Есенькіна Б.С., Коган А.Ф. Підприємництво в книжковій справі : навчальний посібник / Б.С. Есенькіна, А.Ф. Коган. – М.: МГУП, 2004. – 284 с.
23. Єжижанська Т. С. Бренд видавництва як продукт комунікації / Т. С. Єжижанська // Наукові записки УАД. – 2017. – № 1. – С. 238–248. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_2017_1_31.
24. Єжижанська Т. С. Видавництво як фактор вибору книги читачами // Соціальні комунікації і нові комунікативні технології: матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 10–11 листопада 2017 р. – Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2017. – 108 с. – С. 74–76.
25. Єжижанська Т. С. Парадигми мислення медіаспоживача: суть і роль у медіаспоживанні // Соціальні комунікація: теорія і практика : наук. журнал. – Т. 2. – К., 2016. – 122 с. – С. 44–48.
26. Єжижанська Т. С. Ціннісний підхід до сегментування цільової аудиторії // Актуальні проблеми теорії, методології і практики соціальних комунікацій : матеріали доп. учасн. міжвузівського наук. семінару (Луцьк, 22 травня 2015 р.) / упоряд. О. М. Мациборська. – Луцьк : АРТІП, 2015. – 130 с. – С. 10–13.
27. Котлер Ф. Основи маркетингу : пер. з англ / Ф. Котлер.- 2-е вид.- М.: Видавничий дім Вільямс, 2006. – 994 с

28. Кузнецов Б.А. Экономика и организация издательской деятельности: учеб. пособие / Б.А. Кузнецов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Университетская книга, 2012. – 359 с.
29. Крайнікова Т. Друкована книга і читання в сучасній культурі медіаспоживання: рецептивний аналіз / Т. Крайнікова // Бібл. вісн. – 2013. – № 2. – С. 30–35.
30. Морриш Дж. Издание журнала: от идеи до воплощения : пер. с англ. / Дж. Морриш. – М. : Университетская книга, 2008. – 297 с.
31. Осмолівська О. Рейтинг 50 найвпливовіших книговидавництв світу знову без українців [Електронний ресурс] // Ліга. Блоги // Режим доступу: <http://blog.liga.net/user/oosmolovska/article/28013.aspx> (01.09.2017).
32. Теремко В. Видавничий маркетинг / В. Теремко. – К.: Академвидав, 2009. – 272 с.
33. Тимошик М. Видавничий бізнес: погляд журналіста, видавця, вченого / М. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2005. – 327 с.
34. Тимошик М. Витрати на підготовку й видання друкованої продукції / М. Тимошик // Друкарство. – 2003. – № 2. – С. 42-45.
35. Тимошик М. Розробка видавничої програми / М. Тимошик // Друкарство. – 2001. – С. 22–24.
36. Тимошик М. Відносини видавництва і реалізаторів друкованого продукту / М. Тимошик // Друкарство. – 2003. – №1. – С. 28–31.
37. Фінансове планування в малому підприємстві: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.02.03 / І. Л. Ожерельєва; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2005. – 19 с.
38. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / Г. В. Митрофанов, Г. О. Кравченко, Н. С. Барабаш та ін.; за ред. проф. Г. В. Митрофанова. – К.: Київ нац. торг.-екон. ун-т.: 2002. – 301 с.
39. Фінансовий менеджмент : підруч. / кер. А. М. Поддергін. – К.: КНЕУ, 2005. – 536 с.
40. Швайка Л. Розвиток і регулювання видавничого підприємства / Л. Швайка. – Львів: УАД, 2005. – С. 51-68 (Організаційно-правові форми видавничого підприємства).
41. Шпак В. Нові можливості ефективного медіабізнесу – інноваційна складова / збірник матеріалів II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Проблеми та перспективи розвитку видавничого бізнесу на медійному ринку України» : // М-во освіти і науки України, НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського», ВПІ, каф. ОВПК; редкол. : Ганжуров Ю. С., Шевченко І. Б., Сошинська Я. Є. – Електрон. вид. – Київ, 2017. – 124 с. – С.14–18
42. Шпак В. Розвиток видавничої справи України в 1990–2010 рр. / В. Шпак. – К.: ВПК «Експрес-поліграф», 2011. – 232 с.
43. Шпак В. Розвиток малого підприємництва в Україні / В. Шпак. – К.: МАУП, 2004. – 128 с.
44. Шпак В.І. Специфіка видавничого бізнесу на сучасному етапі / В.І. Шпак // Актуальні проблеми теорії соціальних комунікацій. Зб. наук. доп. – 2013. – Випуск 3. – С. 37–40.

45. Шудра В.Ф., Беличко А.Н. Как подготовить успешный бизнес-план / В.Ф. Шудра, А.Н. Беличко. – 2-е изд. – К.: Капрал, 1997. — 106 с.

46. Ярошенко Р. Проблематика невідповідності авторського задуму та кінцевого результату видавничої продукції / Р. Ярошенко, Н. Власенко // Українська мова і література в школах України. – К., 2014. – № 1. – С. 47–50.

47. Ярошенко Р. Соціально-комунікаційний аспект видавничого бізнесу: взаємозв'язок з аудиторією / Р. Ярошенко // Інформаційне суспільство. – Київ, 2017. – № 24. – С. 73–80.

48. Ярошенко Р. Формування стратегії сучасної видавничої організації: визначення цілей та виду економічної діяльності / Р. Ярошенко // Вісник Книжкової палати. – Київ, 2017. – № 3 (248), березень. – С. 33–36.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

№ з/п	Адреса веб-сайту	Назва веб-сайту
1	http://comin.kmu.gov.ua	Державний комітет телебачення і радіомовлення України.
2	http://www.irbis-nbuv.gov.ua	Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського : електронні інформаційні ресурси НБУВ
3	http://www.nplu.org	Національна бібліотека України імені Я. Мудрого
4	http://library.kubg.edu.ua	Бібліотека Київського університету імені Бориса Грінченка
5	http://www.ukrstat.gov.ua	Державна служба статистики України
6	http://www.ukrbook.net	Книжкова палата України
7	http://drukarstvo.com	Поліграфічний портал
8	www.zakon.rada.gov.ua	Портал Верховної Ради України
9	http://upba.org.ua/index.php/uk	Українська асоціація видавців та книготорговців
10	https://uspp.ua	Український союз промисловців та підприємців
11	http://chtyvo.org.ua/authors/Yarema_Stepan/Normy_ukrainskoi_naukovo-tekhnichnoi_movy_Tlumachnyi_slovnyk_terminiv_z_vydavnychoi_polihrafichnoi_t/	Таланчук П. М., Ярема С. Я., Коровайченко Ю.М., Ярема С.М., Моргунок В.С. Норми української науково-технічної мови. Тлумачний словник термінів з видавничої, поліграфічної та пакувальної справи

ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль 1.

ВИДАВНИЧЕ ПЛАНУВАННЯ: БІЗНЕС-ПЛАН

Практичне заняття 1. Резюме бізнес-плану, опис видавництва і проектованої продукції. (2 год.)

1. Види та структура бізнес-плану. Нормативні правові документи при розробці бізнес-планів.
2. Резюме бізнес-плану. Представлення видавництва. Опис проектованої продукції.

Базова література: 10–16.

Додаткова література: 1–9, 17, 19–28, 30, 31, 32, 33, 35, 36, 37, 40–48.

Практичне заняття 2. Аналіз ринку збуту, план маркетингу (4 год.)

1. Визначення основних характеристик ринку, переваг та недоліків видань-конкурентів, аналіз сильних та слабких сторін (SWOT-аналіз). Сегментування ринку.
2. Організація збуту продукції в умовах конкуренції.
3. План маркетингу: товарна, збутова, цінова і комунікаційна політика видавництва.

Базова література: 10–16.

Додаткова література: 17, 19–28, 30, 31, 32, 33, 35, 36, 37, 40–48.

Практичне заняття 3. План виробництва продукції видавництва, організаційний план та план ризику (4 год.)

1. План випуску і здачі продукції.
2. План художньо-технічного оформлення видань.
3. Організаційний план: організаційна структура видавництва; потреба в персоналі (кількість, профіль діяльності, кваліфікація); система і форми оплати праці та матеріального стимулювання; характеристика управлінського персоналу, аутсорсинг).
4. План ризику. Способи реагування на загрози бізнесу.

Базова література: 10–16.

Додаткова література: 1–5, 8, 19–23, 28, 30, 33, 35, 40, 43, 44, 45, 48.

Практичне заняття 4. Фінансовий план і стратегія фінансування (4 год.)

1. Розрахунок потреби в капітальних вкладеннях.
2. Передбачувані джерела і форми отримання інвестицій (кредитів).
3. Передбачувані терміни і ступінь окупності капітальних вкладень.
4. План-графік прибутку.

Базова література: 10–16.

Додаткова література: 19, 20, 22, 27, 28, 33, 37–40.

Змістовий модуль 2.

РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ СТВОРЕННЯ ЖУРНАЛУ (ГАЗЕТИ)

Практичне заняття 4. Реєстрація видання (2 год.)

1. Право на заснування друкованого ЗМІ.
2. Порядок державної реєстрації друкованих засобів масової інформації
3. Заява про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації.
4. Перелік документів, що подаються разом із заявою про державну реєстрацію (або перереєстрацію) друкованого засобу масової інформації.

Базова література: 10–16.

Додаткова література: 1, 2, 5, 8, 33, 40, 43.

Практичне заняття 5. Пошук ідеї та аналіз конкурентів (4 год.)

1. Пошук підприємницької (комерційної) ідеї та цільової аудиторії.
2. Визначення тематики і формату видання.
3. Аналіз ринкової ситуації.
4. Визначення переваг та недоліків видань-конкурентів, аналіз сильних та слабких сторін (SWOT-аналіз).

Базова література: 10–16.

Додаткова література: 19, 20, 23, 25, 27, 31, 33, 41, 45.

Практичне заняття 6. План виробництва і реалізації проектованої продукції (4 год.)

1. Визначення структури редакції.
2. Організація виробничої діяльності та визначення засобів виробництва.
3. Фінансове забезпечення персоналу виробництва.
4. Друк та розповсюдження.
5. Системи стимулювання збуту.

Базова література: 10–16.

Додаткова література: 19, 20, 21, 22, 23, 28, 30, 33, 35, 40, 43, 44, 45, 48.

Практичне заняття 7. Фінансово-економічне обґрунтування проекту (4 год.)

1. Первинні та поточні витрати.
2. Оптимізація витрат.
3. Планові доходи.
4. Термін повернення інвестицій.

Базова література: 10–16.

Додаткова література: 19, 20, 22, 27, 28, 33, 37–40.

Змістовий модуль 3.

РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ ВИДАННЯ КНИГИ

Практичне заняття 8. Реєстрація видавничої діяльності (2 год.)

1. Право на видавничу діяльність.
2. Державний реєстр видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції.
3. Заява про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції.

Базова література: 10–16.

Додаткова література: 1, 2, 5, 8, 33, 40, 43.

Практичне заняття 9. Пошук ідеї для видання книги (4 год.)

1. Аналіз ринку книжкової продукції.
2. Вибір бізнес-моделі нового видання та цільової аудиторії.
3. Визначення переваг та недоліків видань-конкурентів, аналіз сильних та слабких сторін (SWOT-аналіз).
4. Пошук конкурентної переваги.

Базова література: 10–16.

Додаткова література: 17, 18, 19, 20, 22–28, 29, 32, 33, 36, 43, 45.

Практичне заняття 10. Організація виробничого процесу та реалізація (4 год.)

1. Витрати на виготовлення видавничого оригінал-макету.
2. Друк.
3. Реалізація.
4. Системи стимулювання збуту.

Базова література: 10–16.

Додаткова література: 17, 19, 20–23, 28, 30, 33, 35, 40, 43, 44, 45, 48.

Практичне заняття 11. Фінансово-економічне обґрунтування проекту (4 год.)

1. Маркетингові витрати.
2. Оптимізація витрат.
3. Планові доходи.
4. Термін повернення інвестицій.

Базова література: 10–16.

Додаткова література: 17, 19, 20, 22–28, 29, 32, 33, 36, 43, 45.

Змістовий модуль 4.

РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ СТВОРЕННЯ ВИДАВНИЦТВА

Практичне заняття 12. Організаційні аспекти створення видавництва, як підприємницької структури (2 год.)

1. Вибір організаційно-правової форми видавництва.
2. Статут видавництва.

Базова література: 10–16.

Додаткова література: 1, 2, 5, 8, 33, 40, 43.

Практичне заняття 13. Формування ідеї створення видавництва (4 год.)

1. Аналіз ринку та пошук підприємницької (комерційної) ідеї
2. Вибір цільової аудиторії.
3. Аналіз конкурентів.
4. Пошук конкурентної переваги.

Базова література: 10–16.

Додаткова література: 17–20, 22–28, 29, 32, 33, 36, 43, 45, 48.

Практичне заняття 14. Організація виробничої діяльності (4 год.)

1. Вибір організаційної та виробничої структури видавництва.
2. Практика стимулювання персоналу видавництва.
3. Системи оплати праці.

Базова література: 10–16.

Додаткова література: 17, 19, 20–26, 28, 29, 33.

Практичне заняття 15. Планування та стратегія інвестування (4 год.)

1. План виробництва і реалізації продукції видавництва.
2. Фінансовий план та план ризику.
3. Стратегії інвестування.

Базова література: 10–16.

Додаткова література: 19–23, 28, 30, 33, 35, 40, 43, 44, 45, 48.