

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 № 1 від 31 серпня 2020 року

Завідувач кафедри видавничої справи

_____ *Л.Г. Масімова* Л.Г. Масімова

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

_____ 2020 року

Гарант освітньо-професійної програми

_____ *В.І. Шпак* В.І. Шпак

Робочу програму перевірено

_____ .2020 р.

Заступник директора Інституту журналістики з навчальної роботи

_____ *О.А. Росінська* 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 технологій 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. Інноваційні підходи на ринку друкарського паперу	2			2				
Тема 5. Сучасні тренди видавничого бізнесу в Україні та світі.	4	2		2				
Модульний контроль	2						2	
<i>Разом</i>	34	8		10			2	14
Змістовий модуль 2. Видавничий бізнес в умовах світових викликів								
Тема 6. Діяльність літературних агентів на видавничому ринку	4	2		2				
Тема 7. Інноваційні видавничі рішення в умовах пандемії COVID19	16			2				14
Тема 8. Дистанційний формат проведення міжнародних книжкових ярмарків (Болонський книжковий ярмарок)	2			2				
Тема 9. Розвиток та трансформація видавничих бізнес-моделей.	2			2				
Модульний контроль	2						2	
<i>Разом</i>	26	2		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
Модульний контроль	2						2	
<i>Разом</i>	30	6		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. Інноваційні підходи на ринку друкарського паперу

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. Сучасні тренди видавничого бізнесу в Україні та світі

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

Змістовний модуль 2. Видавничий бізнес в умовах світових викликів

Тема 6. Діяльність літературних агентів на видавничому ринку

Історія виникнення інституту літературних агентів. Принципи роботи літературних агентів.

Найуспішніші літературні агенції світу. Поява та діяльність літературних агентів в Україні.

Тема 7. Інноваційні видавничі рішення в умовах пандемії COVID19

Вплив пандемії COVID19 на світові видавничі процеси. Дослідження в різних країнах світу щодо стану видавничої галузі в умовах пандемії. Трансформація видавничих заходів та проектів. Інноваційні видавничі рішення.

Тема 8. Дистанційний формат проведення міжнародних книжкових ярмарків (Болонський книжковий ярмарок)

Переорієнтація книжкових масових заходів на дистанційний формат. Нові онлайн-ресурси для книжкової бізнес-комунікації. Досвід проведення Болонського книжкового ярмарку в дистанційному форматі.

Тема 9. Розвиток та трансформація видавничих бізнес-моделей

Перехід від традиційної видавничої бізнес-моделі до сучасних інноваційних прикладів. Self-publishing платформи, Print on Demand, змішані форми.

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 факапи 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 3	
		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>			85		74		74
Максимальна кількість балів	233						
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $233:60 = 3,9$						

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль І. 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. Видавничій бізнес в умовах світових викликів (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. Акцент на дистанційних формах проведення заходів.
- 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 обґрунтувати 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 іспиту та здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу.

8. Рекомендована література

Основна (базова):

1. Теремко В. Основні засади видавничого бізнесу – К.: Академвидав, 2009.
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. Шпак В. І. Видавничий бізнес : теорія і практика : навч. посіб. / В. І. Шпак. – К. : Експрес-Поліграф, 2012. — 352 с.

Додаткова:

1. Афонін О.А., Сенченко М.І. Українська книга в контексті світового книговидання – К. : Кн.палата України, 2009. - 227.
2. Бабаєв В.М. Управління проектами: Навчальний посібник для студентів спеціальності «Управління проектами» / Бабаєв В.М. – Харків: ХНАМГ, 2006. – 244 с.
3. 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.
4. Бем Гольгер та ін. Видавець майбутнього: маркетинг і менеджмент у видавництві / пер. з нім. – К.: Основи, 1994. – С. 18-26 (організація видавництва).
5. 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.
6. Єжижанська Т. С. Гра видавців і держави: патерналізм чи комунікація? // Матеріали IV наукового симпозіуму «Гра в бісер: комунікаційні ігри сучасності // <https://symposium2017.nethouse.ua/services/zhizhanska-tetiana-gra-vidavtsv--derzhavi-paternalzm-chi-komunka>.
7. Закон України «Про авторське право і суміжні права» [Електронний ресурс] http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3792-12_3.
8. Закон України «Про видавничу справу» [Електронний ресурс] : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80>
9. Закон України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» [Електронний ресурс] : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/601-15>.
10. Как издать книгу в Америке: Как найти англоязычного литагента //TransLiterary Books. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://transliterary-books.com/litagent>
11. Лазановський П. Організація та економіка видавничої справи. Навчально-методичний посібник. – Львів:Магнолія 2006, 2015.

12. Левчук О. М. Літературний агент для сучасного українського видавництва / О. Левчук // Технологія і техніка друкарства 2019, 1 (63). Режим доступу: http://ttdruk.vpi.kpi.ua/article/view/161937/pdf_98
13. Мельник С.В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С.В.Мельник // Економіка та держава. – 2007. – №5. – С.72.
14. Пекар В. Різнобарвний менеджмент. –Харків: Фоліо, 2017.
15. Петрушенко Ю.Н., Дудкін О.В. формування інституту позитивної соціальної відповідальності . Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. Выпуск 37-3. 25- 30.
16. Регідайло Н. Редакційно-видавничий процес підготовки і випуску видання. Маркетинговий етап / Н. Регідайло // Вісник Книжкової палати. – 2010. – № 11. – С. 11–15.
17. Свидрук І.І. Креативний менеджмент : навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 224 с.
18. Tips for Finding a Literary Agent, NY Book Editors <https://nybookeditors.com/2018/10/tips-for-finding-a-literary-agent/>
19. Эриашвили, Н.Д. Книгоиздание: менеджмент и маркетинг, учеб. пособие для вузов / Н.Д. Эриашвили. – Изд. 3. – М.: ЮНИТИ, 2005.
20. Швайка Л. А. Розвиток і регулювання видавничого підприємства. – Львів: УАД, 2005. – С. 51-68 (Організаційно-правові форми видавничого підприємства)
21. Штефан О. Літературний агент — міф чи реальність? / О. Штефан //Теорія і практика інтелектуальної власності. 2010. № 6. С. 3–10. Режим доступу: [file:///C:/Users/ole/Downloads/shtefan_o%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ole/Downloads/shtefan_o%20(1).pdf)
22. Хоню В.В. Літературна агенція:чи знадобився нам закордонний досвід/ В. Хоню // Поліграфія і видавнича справа. – 2007, 2 (46), стор. 129 -136. Режим доступу: <http://pvs.uad.lviv.ua/static/media/2-46/21.pdf>
23. Бізнес-досвід: основні факапи бізнесменів-початківців <https://kfund-media.com/biznes-dosvid-osnovni-fakapy-pochynayuchyh-biznesmeniv/>
24. «Я сію в бетон. Іноді проростає», - літагент Юка Гаврилова. Буквоїд, 13.12.2014 [Електронний ресурс] : <http://bukvoid.com.ua/events/culture/2014/12/13/103438.html>
25. 100 Best Book Agencies | Top Literary Agencies with the Biggest Book Deals <https://literaryagencies.com/list-of-literary-agents/top-literary-agencies/>
26. Фестивальний сезон в онлайні: що дивитися й куди поїхати <https://www.chytomo.com/festyvalnyj-sezon-v-onlajni-shcho-dyvitysia-j-kudy-poikhaty/>
27. Nina Klein, New business models in book publishing: An analysis of start-ups and their strategies https://www.academia.edu/6306101/New_business_models_in_book_publishing_An_analysis_of_start_ups_and_their_strategies?email_work_card=title

Інформаційні ресурси:

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

<https://mkip.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

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**

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

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

Модулі	Змістовий модуль 1.					Змістовий модуль 2.				
Назва модуля	Визначення та основна характеристика видавничого бізнесу					Видавничий бізнес в умовах світових викликів				
Кількість балів за модуль	85 балів					74 балів				
Лекції	1	2	3	4	5					
Теми лекцій	Сутність та понятійний апарат видавничого бізнесу	Основні учасники Видавничого бізнесу	Внутрішні та зовнішні фактори функціонування видавничого ринку	Сучасні тренди видавничого бізнесу в Україні та світі	Діяльність літературних агентів на видавничому ринку					
Практичні	Сутність та понятійний апарат видавничого бізнесу (10+1 балів)	Основні учасники видавничого бізнесу (10+1 балів)	Внутрішні та зовнішні фактори функціонування видавничого ринку (10+1 балів)	Інноваційні підходи на ринку друкарського паперу (10+1 балів)	Сучасні видавничого бізнесу в Україні та світі (10+1 балів)	Діяльність літературних агентів на видавничому ринку (10+1 балів)	Інноваційні видавничі рішення в умовах пандемії COVID19 (10+1 балів)	Дистанційний формат проведення міжнародних книжкових ярмарків (Болонський книжковий ярмарок) (10+1 балів)	Розвиток та трансформація видавничих бізнес-моделей. (10+1 балів)	
СР	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	6		7	
Теми лекцій	Роль ділової репутації у видавничому бізнесі		Соціальна відповідальність видавничого бізнесу	
			Лайфхаки та факапи вітчизняного видавничого бізнесу	
Практичні	Роль ділової репутації у видавничому бізнесі (10+1 балів)	Соціальна відповідальність видавничого бізнесу (10+1 балів)	Переговори як частина видавничої бізнескомунікації (10+1 балів)	Лайфхаки та факапи вітчизняного видавничого бізнесу (10 +1 балів)
СР	5			
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)			

Коефіцієнт 3.9

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

Практичне 1. Сутність та понятійний апарат видавничого бізнесу

Завдання для індивідуального виконання або у мікрогрупах.

Студентам пропонується здійснити віртуальну екскурсію до видавництва будь-якого українського видавництва (за вибором студента).

Обрати українське видавництво, відвідати інтернет сайт, зробити інформаційний моніторинг діяльності видавництва.

Підготувати візитівку видавництва. Формат - презентація.

Потрібно представити основні пункти:

1. Назва, лого видавництва.
2. Історія створення.
3. Місія видавництва.
4. Структура.
5. Керівник.
6. Посади (1-2).
7. Продукція.

Література

Основна: [1-4]; додаткова: 1,4.

Практичне 2. Основні учасники видавничого бізнесу

Інтерактивне заняття у Центрі компетенцій. Розподілитися на 2 команди.

Опрацювати надані матеріали з теми заняття та підготувати свої презентації учасників видавничого ринку з одного міста України (на вибір студента).

Провести обговорення позицій.

Література

Основна: [1-4]; додаткова: 1,4,11.

Практичне 3. Внутрішні та зовнішні фактори функціонування видавничого ринку

Інтерактивне заняття у Центрі компетенцій. Розподілитися на 2 команди.

Опрацювати надані матеріали з теми заняття та підготувати свої аргументи.

Завдання. Зробити аналіз видавничого підприємства за такими ознаками:

1. Ознаки видавництва як соціально-економічної організації.
2. Чинники внутрішнього середовища (філософія, місія, цілі, організаційна структура, структура, технології, персонал).

3. Чинники зовнішнього середовища (природні, політичні, економічні, соціокультурні, демографічні, науково-технічні умови).

Інформаційні матеріали надаються викладачем на практичному занятті.
Аналіз представити на занятті у формі доповіді або презентації.

Література

Основна: [1-4]; додаткова: 1,4,5.

Практичне 4. Інноваційні підходи на ринку друкарського паперу

Комплексне завдання. Робота у групах. Провести інформаційний моніторинг. Проаналізувати інформацію про вироблення та використання екологічного паперу видавничими підприємствами України. Підготувати доповідь або презентацію.

Література

Основна: [1-4]; додаткова: 1,4,5.

Практичне 5. Сучасні тренди видавничого бізнесу в Україні та світі

Завдання.

Інтерактивна форма. "Проведення дискусії з основних тенденцій видавничого бізнесу в Україні та світі на сучасному етапі".

Група ділиться на 2 підгрупи. Кожна група готує доповіді з поставлених питань заняття.

I підгрупа (прихильники паперової книги) - доповідачі мають окреслити та представити доповідь про успішне майбутнє паперової книги. Вказати здобутки, окреслити цікаві проекти, довести свої слова аргументами.

II підгрупа (прихильники електронної книги) - доповідачі мають окреслити та представити доповідь про успішне майбутнє електронної книги. Вказати здобутки, окреслити цікаві проекти, довести свої слова аргументами.

Література

Основна: [1-4]; додаткова: 1,4,5.

Змістовний модуль 2. Видавничій бізнес в умовах світових викликів

Практичне 6. Діяльність літературних агентів на видавничому ринку

Інтерактивне заняття. Студенти розподіляються на дві групи.

Завдання.

I група – розробляє практичні рекомендації автору для професійної співпраці з літературним агентом.

II група – розробляє практичні рекомендації видавцю для професійної співпраці з літературним агентом.

Література

Основна: [1-4]; додаткова: 10,12,18,21,22,24,25.

Практичне 7. Інноваційні видавничі рішення в умовах пандемії COVID19

Робота індивідуальна або в мікрогрупах (2-3 учасники).

Проаналізувати та представити будь-яке (на вибір студента) інноваційне видавниче рішення, яке виникло та було реалізоване під час впровадження карантинних обмежень через пандемію COVID19 у 2020 році. Результати представити на занятті у формі доповіді або презентації.

Література

Основна: [1-4]; додаткова: 27.

Практичне 8. Дистанційний формат проведення міжнародних книжкових ярмарків (Болонський книжковий ярмарок)

Зробити аналіз сайту Болонського книжкового ярмарку та дистанційних бізнес-інструментів. Ознайомитися з відгуками українських видавців, які використали ці інструменти. Підготувати індивідуальні відеовідповіді (до 3-х хвилин) щодо практичних бізнес-можливостей, які надав видавцям Болонський книжковий ярмарок у 2020 році. Відеовідповіді завантажити на ЕНК.

Література

Основна: [1-4]; додаткова: 26.

Практичне 9. Розвиток та трансформація видавничих бізнес-моделей

Завдання.

Інтерактивна форма. Проведення дискусії «Перехід від традиційної видавничої бізнес-моделі до сучасних інноваційних прикладів».

Група ділиться на 2 підгрупи. Кожна група готує доповіді з поставлених питань заняття.

I підгрупа (прихильники традиційної видавничої бізнес-моделі). Вказати здобутки, окреслити цікаві приклади, довести свої слова аргументами.

II підгрупа (прихильники інноваційних видавничих бізнес-моделей: Self-publishing платформи, Print on Demand, змішані форми). Вказати здобутки, окреслити цікаві приклади, довести свої слова аргументами.

Література

Основна: [1-4]; додаткова: 27.

Змістовний модуль 3. Комунікаційний вимір видавничого бізнесу

Практичне 10. Роль ділової репутації у видавничому бізнесі

Комплексне завдання.

Робота у Центрі компетенцій «Інформаційно-аналітичний центр».

Протягом практичного заняття студенти переглядають тематичні відео. Готують (письмово) інформаційне повідомлення про роль ділової репутації для обраного видавничого суб'єкту

Література

Основна: [1-4]; додаткова: 5,6,14.

Практичне 11. Соціальна відповідальність видавничого бізнесу

Групова робота у Центрі компетенцій «Інформаційно-аналітичний центр». Студенти працюють по парах.

Кожна пара обирає переговорну проблематику із запропонованих викладачем, визначає свої завдання та методику переговорів. Мета переговорів - отримати фінансування у представника бізнесу на реалізацію свого видавничого соціального проекту.

Викладач аналізує роботу кожної пари та оцінює ефективність проведених переговорів.

Література

Основна: [1-4]; додаткова: 2,3,13.

Практичне 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: [1-4]; додаткова: 5,11,17.

Практичне 13. Лайфхаки та факапи вітчизняного видавничого бізнесу

Завдання:

зробити моніторинг ЗМІ, сформувати власну добірку вітчизняних видавничих лайфхаків та факапів.

Представити у текстовому форматі або у вигляді презентації.

Основні ресурси для користування:

<http://www.chytomo.com/>

<https://book-institute.org.ua/>

<https://www.the-village.com.ua/>

сайти профільних міністерств та відомств, персональні блоги українських видавців.

Література

Основна: [1-4]; додаткова: 5,23.